

# SUOMI TUOTANTO- PALVELUMAANA

AUDIOVISUAL  
PRODUCERS  
FINLAND  
APFI

MEDIA LOGI

# SUOMI TUOTANTO- PALVELUMAANA

---

## – SELVITYKSEN RAPORTTI

KESÄKUU 2019

Audiovisual Producers Finland – APFI ry:n toimeksiannosta  
toteuttanut Medialogi Oy / Heidi Keinonen ja Eerika Vermilä.



# SISÄLTÖ

1. Selvityksen tavoitteet ja toteutus .....	4
2. Tuotantopalvelujen kenttä .....	9
3. Tuotantopalveluosaaminen ja -resurssit .....	20
4. Tuotantopalvelujen alueellisuus ja organisoituminen.....	26
5. Kansainvälistä vertailua.....	39
6. Yhteenvetoa ja kehitysehdotuksia .....	50

## **Liitteet:**

Liite 1: Kyselyyn vastanneet toimijat

Kannen kuva: Hannele Majaniemi / Yellow Film & TV

Taitto: Olli Nurminen

# 1. SELVITYKSEN TAVOITTEET JA TOTEUTUS

Muutaman viime vuoden aikana kansainvälisen elokuva- ja TV-teollisuuden mielenkiinto Suomea kohtaan on kasvanut merkittävästi. Suomesta on myyty TV-sarjoja kansainvälisille suoratoistopalveluille, kansainvälisen rahoituksen osuus suomalaisissa tuotannoissa on kasvanut moninkertaiseksi ja Suomi on enenevässä määrin alettu nähdä potentiaalisena kuvauspaikkana ja tuotantopalvelumaana. Kasvanut kiinnostus on sekä kulttuuristen että taloudellisten tekijöiden summa. Tärkein kulttuurinen tekijä lienee Nordic Noir -ilmiö, jonka myötä kaikki Pohjoismaat ovat nousseet trendikkäiksi populaarikulttuurin tuottajiksi. Taloudellisista tekijöistä merkittävin puolestaan on vuonna 2017 lanseerattu av-alan tuotantokannustin, joka houkuttelee kansainvälisiä tuotantoja Suomeen tarjoamalla enintään 25 % maksuhyvityksen Suomessa toteutetun tuotannon kustannuksista.

Suurten kansainvälisten tuotantojen saaminen Suomeen kuitenkin edellyttää, että tuotannoille pystytään tarjoamaan riittävän laadukkaita tuotantopalveluja. Tässä raportissa tarkastellaan, millaisena tuotantopalvelumaana Suomi tällä hetkellä näyttäytyy.

## SELVITYKSEN TAVOITTEET

Raportin pohjana toimivalle selvitykselle asetettiin yhdessä työn toimeksiantajan kanssa seuraavat tavoitteet:

- *selvittää, miten kyvykäs Suomi on tarjoamaan erilaisia palveluita kansainvälisille elokuva- ja TV-tuotannoille*
- *selvittää, missä on jo hyvää osaamista ja mitä osaamista on tarve kehittää*
- *selvittää, miten suomalainen tuotantopalvelutoiminta eroaa suhteessa lähinaapureiden vastaavaan toimintaan*
- *selvittää, mitkä voisivat olla sellaisia kansallisia vahvuuksia, joilla Suomi erottuu edukseen kansainvälisessä kilpailussa.*

Pyrkimyksenä on varmistaa kotimaisen av-alan kilpailukyky kansainvälisillä markkinoilla ja markkinoida Suomea tuotantopalvelumaana. Selvityksen tarkoituksena on tuottaa tätä pyrkimystä tukevaa tietoa.

# SELVITYKSEN TOTEUTUS

Selvitys jaettiin suunnitteluvaiheessa kolmeen osaan:

## 1. Kartoitus Suomen tuotantopalvelujen tämänhetkisestä tilanteesta

- *Tarkasteltavat palvelut: tuotannon valmistelu, budjetointi, tuotantosuunnittelu ja -aika-  
taulukus, casting, konsultointi rahoitusmahdollisuuksista Suomessa, konsultointi ja  
koordinointi Suomen tuotantokannustimien osalta, location scouting, tuotantohenkilö-  
kunnan rekrytointi, jälkituotantopalvelut, kalustovuokraamot, studiot*
- *Muiden alueellisten palvelujen tarkastelu sekä tietojen kokoaminen jo toteutuneista  
kansainvälisistä tuotannoista*
- *Aineistonkeruu kyselylomakkeen ja täydentävän desk studyn (eli valmiina saatavilla  
olevan aineiston kokoamisen ja analysoinnin) avulla APFL:n jäsenistöä, alueellisten  
elokuvakomissioiden verkostoja sekä muita kontakteja hyödyntäen*

## 2. Kotimaisen tuotantopalveluosaamisen analysointi

- *Kotimaisen tuotantopalveluosaamisen tarkastelu suhteessa kansainvälisten tuotantojen  
tarpeisiin*
- *Aineistonkeruu haastattelujen avulla (haastateltavana mm. elokuvakomissioiden ja  
Business Finlandin edustajat sekä Suomessa pisimpään tuotantopalveluja tarjonneiden  
ja/tai merkittäviin kansainvälisiin tuotantoihin osallistuneiden tuotantopalveluyritysten  
edustajat)*

## 3. Kansainvälinen vertailu

- *Kotimaisten tuotantopalvelujen tason tarkastelu suhteessa muiden Pohjoismaiden ja  
Baltian maiden tuotantopalveluihin*
- *Aineistona edellisen osan haastattelut sekä esimerkit vertailumaiden menestyneistä  
tuotantopalveluista*

# AINEISTONKERUU JA ANALYYSI

Selvityksen aineisto tuotettiin pääasiassa avainhenkilöiden haastattelujen sekä kyselytutkimuksen avulla. Puolistrukturoituja haastatteluja tehtiin yhteensä 21 kappaletta, ja haastateltavia oli yhteensä 22. Haastateltaviksi pyydettiin kaikkien manner-Suomessa sijaitsevien alueellisten elokuvakomissioiden sekä Helsingin kaupungin edustajia. Kaakon elokuvakomissiota lukuun ottamatta kaikki haastattelut saatiin toteutettua. Lisäksi haastateltaviksi etsittiin ns. lumipallomenetelmällä henkilöitä, joilla on pitkä työkokemus alalta, jotka edustavat merkittäviä tuotantopalveluyhtiöitä tai joilla on kokemusta tuotantopalvelujen toteuttamisesta kansainvälisiin tuotantoihin. Kansainvälistä vertailua varten haastateltiin myös ulkomaisia toimijoita. Haastattelut toteutettiin maaliskesäkuussa vuonna 2019.

Haastateltaviin viitataan tekstissä sukunimellä. Haastatteluihin osallistuivat seuraavat henkilöt:

- Bardy, Aleks, toimitusjohtaja, tuottaja, Helsinki Filmi, haastattelu 11.6.2019
- Eskola, Seija-Liisa, luova johtaja, Warner Bros. International Television Production Finland, haastattelu 4.3.2019
- Gullsten, Maria, vastaava tuottaja, Flatlight Creative House, haastattelu 13.3.2019
- Heydemann, Klaus, vastaava tuottaja, Inland Film Company, haastattelu 23.5.2019
- Karvonen, Marko, opettaja, projektipäällikkö, Kainuun ammattiopisto, haastattelu 26.4.2019
- Kjartansson, Thor, tuottaja, partneri, supervising location manager, Truenorth, haastattelu 29.5.2019
- Kuitunen, Daniel, tuottaja, Komeetta Filmi, haastattelu 28.3.2019
- Laurila, Anne, elokuvakomissaari, Pohjois-Suomen elokuvakomissio, haastattelu 9.4.2019
- Louhelainen, Jupe, tuottaja Twisted Films & Film Service Finland, haastattelu 1.4.2019
- Malka, Max, tuottaja, Dionysos Films, haastattelu 11.6.2019
- Mihailišin, Nikolai, vastaava tuottaja, omistaja, Münchhausen Productions, haastattelu 4.6.2019
- Mutka, Perttu, projektipäällikkö, Itä-Suomen elokuvakomissio, haastattelu 22.3.2019
- Myller, Niina, kehityspäällikkö, Itä-Suomen elokuvakomissio, haastattelu 22.3.2019
- Naarajärvi, Pia, projektipäällikkö, Helsingin kaupunki, elinkeino-osasto/innovaatiot ja uudet kokeilut/ North Star Film Alliance, haastattelu 29.5.2019
- Niemelä, Anna, elokuvakomissaari, Lapin elokuvakomissio, haastattelu 14.3.2019
- Rahkonen Ilkka, liiketoiminnan kehitysjohtaja, media, Film Tampere, haastattelu 21.3.2019
- Raninen, Teija, kehittämisspäällikkö, elokuvakomissaari, Turun elokuvakomissio, haastattelu 19.3.2019
- Salander, Jirka, The New Dawn, haastattelu 29.5.2019
- Salonen, Merja, tuotepäällikkö, Business Finland, haastattelu 28.5.2019
- Tuovio, Hanna, toimitusjohtaja, vastaava tuottaja, Grillifilms, haastattelu 2.4.2019
- Valtanen, Jukka, toimitusjohtaja, vastaava tuottaja, Woodpecker, haastattelu 3.4.2019
- Vierimaa, Timo, tuottaja, Funfar Films & Film Service Finland, haastattelu 26.2.2019

Kotimaisten tuotantopalveluja tarjoavien yritysten kartoittamiseksi tehtiin kysely, joka toteutettiin verkossa SurveyMonkey-ohjelmistolla huhtikuussa 2019. Kyselyn ensimmäisessä osassa kartoitettiin yrityksen yleisiä tietoja ja seuraavissa osioissa sellaisia toteutuneita tuotantoja, joihin ko. yritys on myynyt tuotantopalveluja.

Kyselylinkkiä jaettiin sähköpostitse kotimaisille tuotantopalveluja tarjoaville yrityksille alueellisten elokuvakomissioiden ja APFI ry:n kautta. Kahden jakelukierroksen jälkeen kyselylinkki lähetettiin vielä sähköpostitse suoraan noin 20 yritykseen. Kyselyyn saatiin 29 vastausta. Kolmen yrityksen osalta kyselyyn oli vastattu kahdesti. Näiden toimijoiden kohdalla suppeampi vastaus poistettiin, ja laajempi vastaus otettiin mukaan aineistoon. Kaikkiaan aineistossa on siis mukana 26 tuotantopalveluja tarjoavaa tahoa. Koska

kyselyn kysymyksiä oli mahdollista ohittaa, kaikki vastaajat eivät vastanneet kaikkiin kysymyksiin. Kyselyssä kerättiin tietoja myös yritysten itse valitsemista esimerkkituotannoista. Tietoja saatiin kaikkiaan 31:stä eri tuotannosta.

Vaikka aineisto on pieni, sen perusteella on mahdollista tehdä yleisluontoisia päätelmiä Suomen tuotantopalvelujen tilanteesta. Haastattelu- ja kyselyaineistojen yhdistäminen tuottaa kattavan kuvan Suomes- ta tuotantopalvelumaana. Lisäksi aineistona käytettiin alueellisten elokuvakomissioiden tuotanto-oppai- ta, aiheeseen liittyviä lehti- ja verkkoartikkeleita sekä av-alan tuotantokannustimen vaikutuksia arvioineita raportteja.

## KESKEISET KÄSITTEET

Tuotantopalveluihin viitataan tässä selvityksessä suomenkielisellä termillä, vaikka alalla käytetään myös englanninkielistä *production service* -käsitettä. Aineistonkeruun yhteydessä ei kuitenkaan määritelty, mitä kaikkea tuotantopalveluihin sisältyy. Koska tavoitteena oli selvittää, millaisia tuotantopalveluja Suomessa on tarjolla, käsite jätettiin haastateltavien ja kyselyyn vastanneiden määriteltäväksi. Valinnalla oli kyselylle ainakin kahdenlaisia seurauksia. Ensinnäkin, kaikki tuotantopalveluja tarjoavat yritykset eivät välttämättä määrittele itseään nimenomaan tuotantopalveluyrityksiksi eivätkä siksi vastanneet lainkaan kyselyyn. Täl- laisia yrityksiä saattavat olla esimerkiksi pienet, tietynlaisiin palveluihin (kuten castingiin eli näyttelijöiden ja esiintyjien roolittamiseen tai äänitöihin) erikoistuneet yritykset. Toiseksi, kyselyyn vastanneet yritykset vaihtelivat pienistä, pelkästään tuotantopalveluihin erikoistuneista yrityksistä suuriin av-alan toimijoihin, joille tuotantopalvelut saattavat olla vain marginaalinen osa liiketoimintaa.

Vaikka tuotantopalvelu-käsitettä ei aineistonkeruun yhteydessä määritelty, kyselyä varten luotiin seuraava, mahdollisimman kattavaksi suunniteltu lista tuotantopalveluista:

- *tuotannon valmistelu (budjetointi, tuotantosunnittelu ja -aikataulutus)*
- *casting*
- *yleinen konsultointi rahoitusmahdollisuuksista Suomessa*
- *konsultointi ja koordinointi Suomen tuotantokannustimien osalta*
- *suomalaisen tuotantokannustimen haku tuotannon puolesta*
- *location scouting (kuvauspaikkojen kartoittaminen)*
- *kuvaus-, ym. lupien hakeminen*
- *tuotantohenkilökunnan rekrytointi*
- *kaluston vuokraus*
- *erityiskaluston vuokraus ja/tai -kuvausten toteuttaminen*
- *studiotilojen tarjoaminen/koordinointi*
- *jälkituotantopalvelut*

- *SFX-, VFX-, AR/VR-palvelut*
- *muut tekniset palvelut*

Lisäksi kyselyssä oli mahdollista valita vaihtoehto "Muu palvelu" ja täydentää listaa avoimella vastauksella.

Edellä listattuja palveluja voisi nimittää varsinaisiksi tuotantopalveluiksi: ne vaikuttavat merkittävästi ja näkyvästi lopputulokseen. Tuotantoa tukevat tuotantopalvelut tulee kuitenkin erottaa varsinaisista sisälöntuotannon ydintoiminnoista. Varsinaisten tuotantopalvelujen lisäksi tarvitaan myös muita palveluja, jotka ovat tuotannoille välttämättömiä, mutta eivät suoraan näy lopputuloksessa. Tällaisia ovat esimerkiksi catering-, majoitus- ja logistiikkapalvelut. Tässä selvityksessä tarkastellaan pääasiassa varsinaisia tuotantopalveluja, mutta käsitellään lyhyesti myös muiden palvelujen tarjontaa.

Tässä selvityksessä käsitelyihin ja esimerkeiksi nostettuihin tuotantoihin lukeutuu joukko hyvin erilaisia elokuvia, draamasarjoja, TV-ohjelmia ja mainoksia. Koska selvityksen tavoitteena on tuottaa tietoa, joka tukee kansainvälisten tuotantojen saamista Suomeen, kyselyssä kartoitettiin myös vastaajien esimerkeiksi nostamien tuotantojen kotimaisuusastetta. Jokaisen esimerkkituotannon kohdalla oli mahdollista valita jokin seuraavista vastausvaihtoehdoista:

- *kokonaan kotimainen tuotanto*
- *kokonaan ulkomainen tuotanto*
- *kotimainen tuotanto kansainvälisenä yhteistuotantona (kotimainen tuotantoyhtiö on päätuotantoyhtiö)*
- *ulkomainen tuotanto yhteistuotantona suomalaisen tuotantoyhtiön kanssa (ulkomainen tuotantoyhtiö on päätuotantoyhtiö).*

Suomalaiset tuotantopalvelutoimijat ovat tähän mennessä osallistuneet vasta suhteellisen pieneen määrään kansainvälisiä tuotantoja, joten tässä selvityksessä tarkastellaan tuotantopalveluja sekä koti- että ulkomaisten tuotantojen osalta.



# 2. TUOTANTOPALVELUJEN KENTTÄ

Tässä luvussa käsitellään kotimaista tuotantopalvelujen kenttää tarkastelemalla tarjolla olevien tuotantopalvelujen valikoimaa, tuotantopalveluja liiketoimintana, toimeksiantojen määrää ja kokoa sekä lyhyesti toimeksiantoja suhteessa genreihin. Tämänhetkisen tilanteen tarkastelu luo pohjaa myöhemmissä luvuissa syvennettävälle alan heikkouksien ja vahvuuksien analysoinnille.

## TUOTANTOPALVELUJEN OSA-ALUEET

Kuten ensimmäisessä luvussa todetaan, selvitystyön tavoitteeksi asetettiin kotimaisen tuotantopalvelutarjonnan kartoittaminen. Jotta aineistoa voitiin koota mahdollisimman laajalla skaalalla, ei tuotantopalvelukäsitettä määritelty etukäteen. Tämä ratkaisu tuotti perustavanlaatuisia tietoja alan haasteista. Tuotantopalveluyrityksille suunnatun kyselyn tulokset nimittäin osoittavat, että av-alalla ei ole yhteistä ymmärrystä siitä, mitä tuotantopalveluihin sisältyy ja miten sisällöntuotannon ja tuotantopalvelujen välinen ero määritellään. Havaintoa tukevat erityisesti kahden kysymyksen vastaukset.

Kyselyn kysymyksessä 11 vastaajia pyydettiin valitsemaan kaikki yrityksensä tarjoamat tuotantopalvelut. Vastausvaihtoehdot noudattivat luvussa yksi esiteltyä listaa. Tässä huomio kiinnittyy erityisesti vaihtoehtoon ”Muu palvelu”, jonka valinneet ovat listanneet lisäksi seuraavat tarjoamansa palvelut:

- *Äänen jälkituotanto, äänikaluston vuokraus*
- *Kuvaus- ja äänityspalvelut*
- *Graafinen suunnittelu, leikkaus, animointi, markkinointiviestintä, nettisivut, julkaiseminen, äänimaailmatuotanto*
- *Kuvaus*
- *360-video*
- *Maskeeraus*
- *Esityspaikka, levitys*
- *Käsikirjoittaminen, ohjaus, kuvaus*
- *Tuotantojen kokonaishallinnointi, budjetointi ja sisällöllinen/tekninen toteutus*
- *Luova ja tekninen toteutus; käsikirjoitus, ohjaus, kuvaus, valaisu, leikkaus*
- *Tuotanto- ja kuvauspalvelut*

Audiovisuaalisten sisältöjen tuottamiseen liittyvät vastaukset (esim. käsikirjoittaminen, ohjaus) osoittavat, että tuotantopalvelut eivät välttämättä hahmotu omaksi erilliseksi kokonaisuudekseen. Myös kysymyksen 12 tulokset vahvistavat tätä näkemystä. Avoimella kysymyksellä selvitettiin, mikä tai mitkä tuotantopalvelujen osa-alueet ovat vastaajan edustaman yrityksen erikoisalaa.

Kysymykseen vastattiin seuraavasti:

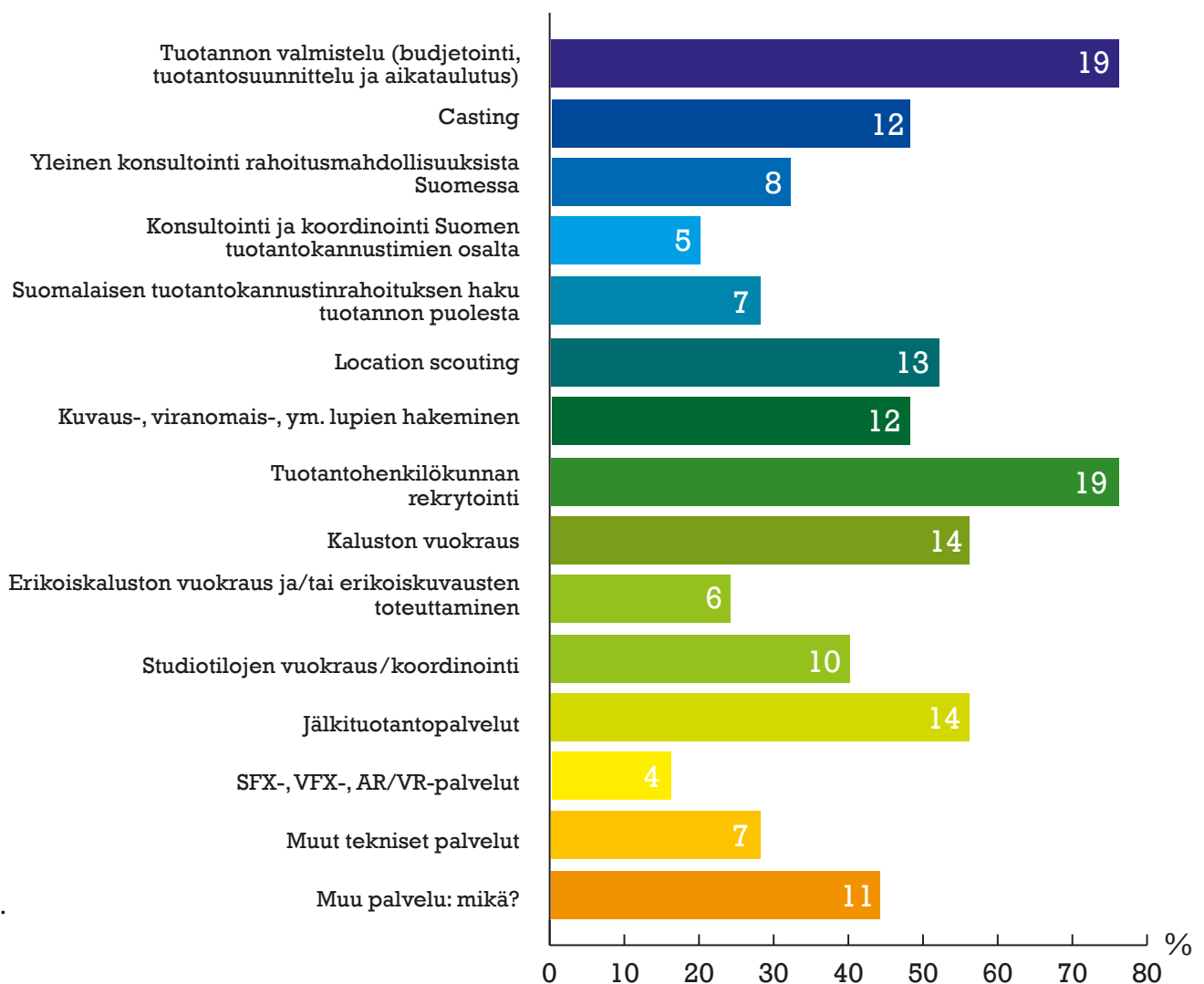
- *Äänen jälkituotanto*
- *Leikkaus*
- *Kuvausten järjestelyt, kuvauspaikat ja kalusto, casting, jälkityöt*
- *Video- ja äänituotanto*
- *Tuotannon valmistelu, visuaalinen ilme ja brändin hallinta*
- *Kuvaus, location scouting*
- *360-VR-tuotanto kokonaisuudessaan*
- *Casting, tuotantokoordinointi ja maskeeraus*
- *Studiutilojen ja kuvauskaluston vuokraus*
- *Esituotanto*
- *Kuvaus, valaisu, tuottaminen ja kuvan jälkituotanto; leikkaus ja värimääritys*
- *Av-tuotannot ja laitevuokraus*
- *Tuotantojen kokonaisvaltainen toteuttaminen käsikirjoituksesta valmiiksi tuotteeksi*
- *Musiikki- ja viihdeohjelmat. TV-tuotannot kokonaisuutena. Radio-ohjelmien tuotanto.*
- *Kuvaus ja valaisu*
- *Location management, tuotanto ja koordinointi*
- *Erikokoisten tuotantojen kaari alusta loppuun*
- *Tuotannon suunnittelu ja toteuttaminen*
- *Kaikki*
- *Dokumenttielokuvien tuotanto*
- *Kuvaus- ja tuotantopalvelut*
- *Tuotannon suunnittelu ja toteutus*
- *Sisältö*
- *Ohjaus/käsikirjoitus*

Lähes puolessa vastauksista vastaajan yrityksen tuotantopalvelujen erikoisalaksi nimettiin av-sisältöjen tuottaminen, ohjaaminen ja käsikirjoittaminen. Nämä eivät kuitenkaan edusta tuotantoa tukevia tuotantopalveluja vaan sisällöntuotannon ydintoimintoja.

Tulokset kertovat paitsi käsitteisiin liittyvistä epäselvyyksistä myös siitä, että monessa tapauksessa tuotantopalveluyritysten ja niissä työskentelevien ammattilaisten työnkuva on erittäin laaja. Tuotantopalvelualikoimaa käsittelevään kysymykseen numero 11 vastanneista yrityksistä peräti yhdeksän oli valinnut seitsemän tai kahdeksan vastausvaihtoehtoa eli ilmoitti tarjoavansa 7–8 erilaista tuotantopalvelua. Yksi vastaajista oli valinnut kaikkiaan 14 vaihtoehtoa. Yhteen osa-alueeseen erikoistuneita yrityksiä näyttävät kyselyn perusteella olevan lähinnä äänituotantoa tarjoavat yritykset.

Mitä tuotantopalveluja suomalaiset alan toimijat sitten tarjoavat asiakkailleen? Lähes 80 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä tarjoaa tuotannon valmistelua (budjetointi, tuotantosuunnittelu ja aikataulutus) sekä tuotantohenkilökunnan rekrytointia. Keskeisiä palveluja kyselyyn vastanneissa yrityksissä ovat myös casting, location scouting, kuvaus-, viranomais- ym. lupien hakeminen, kaluston vuokraus, studiotilojen vuokraus/koordinointi ja jälkituotantopalvelut – näitä tarjoaa 40–60 prosenttia yrityksistä.

**Graafi 1. Kyselyn kysymykseen numero 11 vastanneiden toimijoiden tarjoamat tuotantopalvelut (prosenttia vastaajista ja vastaajien lukumäärä)**



Muu palvelu -vaihtoehdon valinnat olivat listanneet seuraavat palvelut:

- *Äänen jälkituotanto, äänikaluston vuokraus*
- *Kuvaus- ja äänityspalvelut*
- *Graafinen suunnittelu, leikkaus, animointi, markkinointiviestintä, nettisivut, julkaiseminen, äänimaailmatuotanto*
- *Kuvaus*
- *360-video*
- *Maskeeraus*
- *Esityspaikka, levitys*
- *Käsikirjoittaminen, ohjaus, kuvaus*
- *Tuotantojen kokonaishallinnointi, budjetointi ja sisällöllinen/tekninen toteutus*
- *Luova ja tekninen toteutus; käsikirjoitus, ohjaus, kuvaus, valaisu, leikkaus*
- *Tuotanto- ja kuvauspalvelut*

Erilaisia tuotantopalveluja on siis tarjolla laajalla skaalalla. Vastukset eivät kuitenkaan kerro mitään siitä, miten paljon kyselyyn vastanneilla yrityksillä on kokemusta ja osaamista kaikista tarjoamista palveluista.

#### **Esimerkki 1:**

*Rovaniemellä sijaitseva Flatlight Creative House on esimerkki tuotantopalveluyrityksestä, joka on ”valmis tekemään mitä tahansa PS-toimintaa”, ja jolla on myös kokemusta erilaisista tuotantopalvelutoimeksiannoista. Yrityksen referensseihin sisältyvät mm. seuraavat toimeksiannot:*

- *Ilmakuvia ja henkilöstöä japanilaiseen Snow Flower -elokuvaan sekä kotimaiseen Ailo-elokuvaan*
- *Tuotantopalveluja amerikkalaiseen Bachelor-TV-sarjaan*
- *Mm. Location scoutingia Aurora-elokuvaan*
- *Mainoskuvauksia (spotteja ja digimarkkinointia) ja erityisesti ilmakehuvausta automerkeille (mm. Toyota)*
- *Tuotantoryhmää amerikkalaisen Range Roverin kuvauksiin*
- *Nettisisältöä Mercedes-Benzille*
- *Yöttömän yön timelapse-kuvaus tunturin päältä Ranskan Canal+:n tuottamaan TV-sarjaan*

- *Paikallisten esiintyjien casting-palvelua ja apulaisohjausta spotteihin, elokuvaan ja TV-sarjoihin*

*Yrityksellä on myös vuokrattavaa kalustoa, mutta kaluston mukana on otettava aina sitä operoivat henkilöt. Yritys ei siis toimi pelkkänä kalustovuokraamona. Flatlightilla on koko Suomen kattava henkilöllistä ammattilaisista, joten yrityksen verkostot eivät rajoitu ainoastaan Pohjois-Suomen toimijoihin. Yrityksen kannalta ideaalitalanne onkin se, että tuotannosta tulisi Lappiin lähinnä ohjaaja ja tuottaja (sekä mahdollisesti näyttelijät/esiintyjät) ja muu henkilökunta hankittaisiin Flatlightin kautta. (Gullsten.)*

## TUOTANTOPALVELUT LIIKETOIMINTANA

Kyselyyn vastanneiden yritysten päätoimialaa kartoitettiin kysymyksessä kaksi. Kyselyn vastaajiin sisältyi yksi rekisteröity yhdistys, yksi oppilaitos ja yksi freelancer – loput 23 tähän kysymykseen vastanneista olivat av-alalla toimivia yrityksiä. Tuloksiin on kuitenkin sisällytetty kaikki vastaukset.

Kyselyyn vastanneet toimijat nimesivät päätoimialansa seuraavasti:

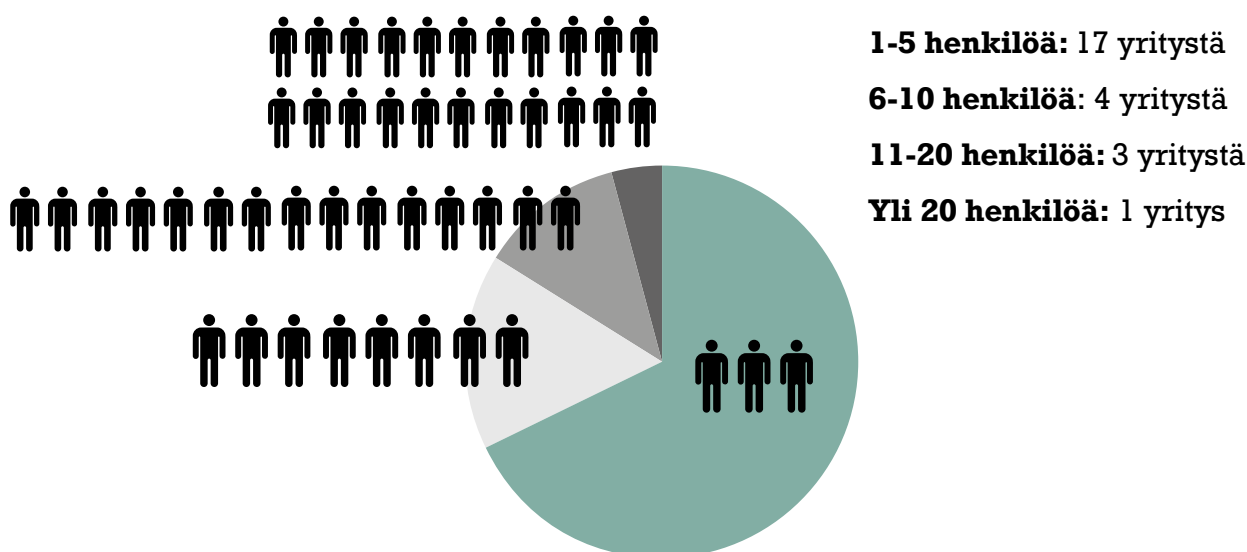
- *Äänituotanto, äänen jälkityö erityisesti*
- *Elokuvatuotannot ja jälkituotantopalvelut*
- *Videotuotanto (2)*
- *Mainostoimistopalvelut (2)*
- *Tuotantoyhtiö*
- *360-VR- ja videotuotannot*
- *Elokvien esittäminen ja levitys*
- *Koulutus*
- *Elokuva, televisio ja mainostuotannot*
- *Elokvien, TV-ohjelmien ja mainoselokvien tuotantopalvelut*
- *Esitystekniset palvelut ja tuotannot, AV-välineet, AV-palvelut*
- *Elokuva- ja televisiotuotanto*
- *TV- ja radio-ohjelmien tuottaminen*
- *Elokuva ja TV, mainonta*
- *Dokumentti-, mainos-, TV- ja valokuvaus*
- *Tuotantopalvelut*
- *AV-tuotannot*

- *TV-tuottaminen*
- *Mainoselokuvat*
- *Elokuvatuotanto*
- *Audiovisuaalinen tuotanto*
- *Viestintä/markkinointiviestintä (2)*
- *Elokvien ja videoiden tuotanto*

Vaikka vastaukset eivät kata kaikkia tuotantopalveluja tarjoavia kotimaisia yrityksiä, kyselyn tulokset osoittavat, että Suomessa on toistaiseksi vain muutamia tuotantopalveluihin tai niiden tiettyihin osa-alueisiin erikoistuneita yrityksiä. Monilla yrityksillä päätoimiala liittyy sisällöntuotantoon. Tällaisia ovat esimerkiksi mainos-, TV- tai elokuvatuotantoyhtiöt, jotka tarjoavat päätoimensa ohella erilaisia tuotantopalveluja. Koko tuotantopalveluala on vielä varsin kehittymätön eikä varsinaisia tuotantopalveluyrityksiä ole aikaisemmin juuri ollut, vaan palveluja ovat tarjonneet pääasiassa freelancerit ja tuotantoyhtiöt. Useiden haastateltavien mukaan tilanne on kuitenkin muuttunut viimeisten 4-5 vuoden aikana.

Kysymykseen yrityksen liikevaihdosta vastasi 23 toimijaa. Näistä lähes puolet (11) oli yrityksiä, joiden liikevaihto oli alle 200 000 euroa. Kolmen yrityksen liikevaihto sijoittui 200 000:n ja 500 000 euron välille ja viiden yrityksen välille 500 000–1 milj. euroa. Vastanneissa oli mukana myös kaksi yritystä, joiden liikevaihto oli noin kolme miljoonaa. Yhden yrityksen liikevaihto oli noin kuusi miljoonaa ja yhden noin 10 miljoonaa euroa. Vastausten perusteella voidaan olettaa, että miljoonien liikevaihtoa tekevilla yrityksillä tuotantopalvelut täydentävät esimerkiksi sisällöntuotantoa, kun taas pienemmät yritykset todennäköisesti keskittyvät tarjoamaan hyvinkin erikoistuneita tuotantopalvelujen osa-alueita. Myös vakituisen henkilökunnan määrää kartoittanut kysymys osoittaa, että tuotantopalveluja tarjoavat useimmiten pienet yritykset. Vakituisen henkilökunnan määrä 25:ssä kysymykseen vastanneessa yrityksessä jakautui seuraavasti:

Graafi 2. Vakituisen henkilökunnan määrä kyselyyn vastanneissa yrityksissä (osuus vastaajista)



Pienten toimijoiden etuina pidetään usein joustavuutta ja ihmiskeskeisyyttä, mutta alan kansainvälistyessä pienuus ei välttämättä ole kilpailuvaltti. Esimerkiksi Pohjois-Suomen elokuvakomission Anne Laurilan mukaan tuotantopalveluyritykset ovat Suomessa vielä liian pieniä. Vertailukohdaksi hän ottaa Islannin, jossa on tällä hetkellä kymmeniä toimijoita, joista noin 5–6 on suuria. Pohjois-Suomen elokuvakomission alueella toiminta on keskittynyt lähinnä yhden ihmisen firmoihin tai osuuskuntiin, jotka tarjoavat pääasiassa Location Scout- ja/tai Location Manager -palveluita. Myös Laurilan mukaan tuotantopalveluja tarjoavat yhtiöt tekevät itse sisällöntuotantoa, jolloin tuotantopalvelutoiminta on vain sivutoimintaa. Komission alueella on kolme yritystä (Tasankojen Mies, Osuuskunta Varja sekä erityisesti isoja kansainvälisiä tuotantoja tekevä H5 Sound), jotka tekevät säännöllisesti tuotantopalvelutarjouksia ja toteuttavat ko. palveluita.

Siinä missä televisiotuotanto on Suomessa siirtynyt viimeisten kymmenen vuoden aikana pääasiassa ulkomaisessa omistuksessa olevien tuotantoyhtiöiden käsiin, luonnehtii tuotantopalvelutoimintaa vielä kotimaisuus. Kyselyyn vastanneista toimijoista lähes 90 prosenttia oli kokonaan kotimaisessa omistuksessa, loput ulkomaisessa tai osittain kotimaisessa ja osittain ulkomaisessa omistuksessa.

### **Esimerkki 2:**

*Grillifilms on esimerkki kansainväliseen yritysryppäeseen kuuluvasta mainostuotantoyrityksestä, joka tarjoaa myös tuotantopalveluja. Grillifilms on osa Nordic Entertainment Groupia (NENT), johon myös suomalainen Moskito Television Oy kuuluu. Grillifilmsin Hanna Tuovion mukaan isosta yhtiöstä taustalla on hyötyä erityisesti hallinnollisissa ja tuotantoyhtiön infraan liittyvissä asioissa, kuten rahaliikenteen sujuvassa hoitamisessa, joka on usein haasteena pienemmille tuotantoyhtiöille.*

Kansainvälistymisen suhteen kotimainen tuotantopalvelutoiminta on tällä hetkellä vedenjakajalla. Nordic Noir -ilmiön ja muiden pohjoismaisten elokuvien ja TV-sarjojen globaalien suosien myötä Pohjoismaat kiinnostavat nyt myös kuvauspaikkoina ja yhteistuotantojen osapuolina. Ensimmäiset kansainväliset tuotantopalveluyritykset ovat parhaillaan siirtymässä Suomen markkinoille. Esimerkiksi ruotsalainen tuotantopalveluyritys The Line on rekisteröinyt The Line Finland -nimisen yrityksen myös Suomeen Turkuun (Raninen). Muutamat haastatelluista sanoivat, että Suomeen hamuaa omaa sivukonttoriaan nyt useampikin pohjoismainen yritys, muun muassa islantilainen Truenorth. Film Service Finlandin Timo Vierimaa näkee syyksi muun muassa sen, että myös muualla kärsitään työvoimapulasta ja muiden Pohjoismaiden kuvauspaikkoja on jo ehditty hetki koluta.

Kansainvälistyminen jakaa selvästi mielipiteitä alan sisällä. Osa haastateltavista näkee Suomen markkinoille tulevien ulkomaisten yritysten kehittävän myös kotimaista tuotantopalvelutoimintaa, osa toivoo yritysten pysyvän kotimaisessa omistuksessa. Esimerkiksi Pohjois-Suomen elokuvakomission Anne Laurila näkee, että pohjoismaisten tuotantopalveluyritysten tulo Suomeen voisi kehittää myös kotimaista toimintaa. Myös Twisted Filmsin Jupe Louhelaisen mukaan islantilaisen Truenorthin mahdollinen laajentuminen Suomeen olisi positiivinen asia. Film Tampere puolestaan hakee aktiivisesti kansainvälisiä yrityksiä, jotka laajentaisivat toimintaansa Tampereelle (Rahkonen). Toisaalta esimerkiksi Vierimaa haluaisi pohtia keinoja, joilla tuotantopalvelutoiminta saadaan pidettyä paremmin kotimaisten yritysten käsissä.

## TUOTANTOPALVELUTOIMEKSIANTOJEN MÄÄRÄ JA KOKO

Kyselyn kysymys 14 tarkasteli vastaajien saamien tuotantopalvelutoimeksiantojen määrää viimeisten 18 kuukauden aikana. Kysymykseen vastanneista 21:stä toimijasta reilut 40 prosenttia oli saanut enemmän kuin kymmenen toimeksiantoa. Muut olivat saaneet samalla ajanjaksolla 1–7 toimeksiantoa. Vastaukset siis jakautuivat useita toimeksiantoja ja vain muutamia toimeksiantoja tehneisiin. Toimeksiantojen määrään vaikuttavia tekijöitä ovat ainakin yrityksen koko, henkilökohtaiset kontaktit ja verkostot sekä se, onko yritys keskittynyt tarjoamaan nimenomaan tuotantopalveluja vai onko fokus esimerkiksi sisällöntuotannossa.

Yli kymmenen toimeksiantoa viimeisten 18 kuukauden aikana saaneiden vastaajien määrän perusteella voidaan arvioida, että kysyntää tuotantopalveluille on tällä hetkellä suhteellisen paljon. Tämä tulee esille myös haastatteluaineistosta. Tuotantopalveluja koskevien kyselyiden määrä vaihtelee kuitenkin huomattavasti vuosittain. Woodpeckerin Jukka Valtanen toteaa haastatteluhetkellä, että tuotantopalvelutoiminta on heillä vaihtelevaa, esimerkiksi viime talvena ei ollut tullut vielä yhtään toimeksiantoa, kun taas talvella 2017–2018 tehtiin viisi tuotantoa. Keskimäärin Woodpecker tekee 4–8 tuotantoa vuodessa. Myös Grillifilmsin Hanna Tuovion mukaan tuotantopalvelutoiminta on suhdanneherkkää, välillä on paljon keikkoja ja toisinaan taas ei. Suomessa tuotantopalvelualan luonteeseen kuuluu, että se on harvoin tasaista liiketoimintaa yhtiöille.

Lisäksi toimeksiantojen koot vaihtelevat suuresti. Pienimmät toimeksiannot ovat muutamien tuhansien eurojen keikkoja, joissa tuotetaan vain pieni osa johonkin tuotantoon (esim. ilmakuvaukset) (Gullsten). Flatlight Creative Housessa parin päivän kuvaukset voivat olla 50 000 euron luokkaa riippuen siitä, mitä palveluja toteutetaan (Gullsten). Woodpeckerin fixer-palvelut eli paikallisen tuotannon organisoiminen maksaa 15–30 000 euroa palvelun sisällöstä riippuen ja 1–2 päivän kuvausten toteuttaminen noin 80 000 eurosta ylöspäin (Louhelainen).

Seuraavaan tuotantopalvelutoimeksiantojen kokoluokkaan sijoittuvat muun muassa isot kansainväliset mainostuotannot sekä suurin osa koti- ja ulkomaisista TV-sarjoista ja elokuvista. Lapin elokuvakomission alueella tämän kokoluokan tuotantoja ovat olleet esimerkiksi japanilaisen A-Filmsin *Snow Flower* sekä suomalais-ranskalainen elokuva *Ailo - pienen poron tarina*. (Niemelä.) Lapissa toteutetuissa Ison-Britannian Shellin ja Audin mainoksissa Grillifilmsin toteuttamien tuotantopalvelujen arvo oli 600 000 euron luokkaa (Tuovio). *Ivalo*-TV-sarja puolestaan tuotti Lapin elokuvakomission alueelle lähes 600 000 euroa (Niemelä). Vuonna 2006 Suomessa kuvatun *Amazing Race* -sarjan Suomesta ostamien tuotantopalvelujen osuus oli niin ikään satoja tuhansia euroja (Elokuvakonepaja Mutasen toteutus) (Kuitunen). Amerikkalaisen NZK Productionsin tuottamassa *Bachelor*-realitysarjassa tuotantopalvelujen arvo oli satoja tuhansia euroja (Niemelä, Gullsten). Flatlight Creative Housen kautta tuotantoon hankittiin mm. tuotanto- ja teknistä henkilöstöä (noin 20 henkeä), logistiikkahenkilöstöä (noin 20 henkeä) sekä valokalusto kokonaisuudessaan (Gullsten).

Suurimmissa tuotannoissa tuotantopalvelujen arvo ja alueelle jäävä rahasumma nousee miljooniin euroihin. Esimerkiksi *Kaikki synnit* -TV-sarja tuotti Pohjois-Suomen elokuvakomission alueelle n. 1,2 miljoonaa euroa. Sarjan käsikirjoittaja ja ohjaaja ovat Oulusta, mikä vaikutti merkittävästi alueelle jääneeseen rahasummaan (Laurila). Suurimpia tuotantoja alueella ovat kuitenkin olleet elokuvat *Hanna* ja *Our Kind of Traitor* (Laurila). Kainuussa suurin tuotanto on ollut hiljattain kuvattu *Cold Courage*, joka on budjetiltaan Suomen suurimpia TV-sarjoja tähän mennessä (Karvonen). Sarjaa kuvattiin Kainuussa kuusi päivää, ja tuotantotiimi oli paikalla yhteensä parisen viikkoa. Myös Film Service Finlandissa tehdään tällä hetkellä ensisijaisesti 5–10 miljoonan euron TV-sarjojen ja elokuvien tuotantopalveluja. Komeetta Filmin Daniel Kuitusen suurimpia tuotantoja ovat olleet *Amazing Race* -sarjan lisäksi mm. ranskalainen *Farewell*-elokuva, jonka kokonaisbudjetti oli 27 miljoonaa ja jonka toteutti Kinoproductions vuonna 2008. Vaikka kotimaisten sarjojen budjetit ovat kaiken kaikkiaan kasvaneet, voidaan kokonaisbudjetiltaan noin 10 miljoonan euron hankkeita pitää




Suomessa edelleen jättituotantoina (Rahkonen). Kansainvälisten tuotantojen kokoluokka on kuitenkin jotain aivan muuta, eikä Bond-elokuvien kaltaista spekaakkelimaista tuotantoa ole Suomessa vielä tehty.



Kuva 1: *Cold Courage*, 2019. © Luminoir

### Esimerkki 3:

*Grillifilmsin keväällä 2018 intialaiseen Bollywood-elokuvaan toteuttamat tuotantopalvelut toimivat esimerkkinä kotimaisen toimijan suuresta kansainvälisestä tuotantopalvelutoimeksiannosta. Elokuva on merkittävän intialaisen tuotantoyhtiön Yash Raj Filmsin tuotanto, ja se tulee ensi-iltaan Intiassa tämän vuoden lopulla. Yash Raj Films on tehnyt tuotantojaan aiemmin mm. Sveitsissä, jossa on jopa nimetty katuja yhtiön omistajan mukaan. Grillifilms oli aiemmin tuottanut Lapissa tuotantopalveluja Ison-Britannian Shellin ja Audin Lapissa kuvattuihin mainoksiin. Toteutuksesta kiirineen maineen ansiosta intialaiselokuvan vaativa kohtaus haluttiin toteuttaa suomalaisen tuotantopalveluyhtiön kanssa eikä ensin kaavailun ruotsalaisen yrityksen kanssa. Grillifilms koordinoi tuotannolle Business Finlandin av-kannustinrahoituksen ja toteutti elokuvaan vaarallisen ja vauhdikkaan pääparin stunteilla näytellyn kohtauksen. Grillifilmsin Hanna Tuovio kertoo, ettei heillä ollut elokuvasta oikeastaan muuta sisällöllistä tietoa kuin Suomessa toteutettava kohtaus. Ajallisesti kohtaus kuvattiin kuusi päivää, ja sitä edelsi viikkojen valmistelu. Kuvausryhmään kuului 68 henkilöä, jotka edustivat kahdeksaa eri kansallisuutta (mm. Australia, Yhdysvallat, Kanada ja Norja). Suomalaisia oli mukana noin 20 henkeä Helsingistä ja Rovaniemeltä (mukana myös Virossa asuva suomalainen) mm. tuotantohenkilökuntana, catering-henkilöinä, logistiikkahenkilöinä ja kuvauspaikalle järjestetyn basecampin henkilökuntana. Kuvauspaikkapäällikkö (Location Manager) ja linjatuottaja (Line Producer) olivat Grillifilmsistä. Kamerakalusto sekä valo- ja grip-kalusto tulivat Suomesta, myös kameraryhmä oli suomalainen. Suomesta päädyttiin ottamaan enemmän teknistä kalustoa kuin ensin oli tarkoitus, koska valmisteluiden aikana todettiin vaativien talviolosuhteiden edellyttävän tietynlaista välineistöä.*



*Stunt-ohjaajana toimi Hollywoodissa tunnettu Paul Jennings, joka tuli intialaisten kautta toteuttamaan vauhdikasta kohtausta. Tuovion mukaan intialaisten mukanaan tuomat tuotantoryhmän ihmiset olivat todellisia huippuammattilaisia. Norjalaisten osuus oli myös suuri. Norjasta tuotantoon tulivat kohtauksen kuvaamisessa käytetty Russian arm (kauko-ohjauksella operoitava ajoneuvoon asennettava vakautettu kraana) ja sitä operoivat henkilöt. (Tuovio.)*

Vaikka kansainvälisiä tuotantoja on Suomessa aiempaa enemmän ja tuotantojen budjetit ovat kasvaneet, tuotantopalveluyritykset ja tuotantopalvelutoiminta ovat edelleen varsin pieniä. Tuotantopalvelujen toteuttaminen ei ole välttämättä aina kannattavaa tai ainakin katteet ovat usein pieniä. Myös kysynnän ja toimeksiantojen koon vaihtelu selittävät osaltaan sitä, että yritykset eivät ole aiemmin kasvaneet. Lisäksi av-alan tuotantokannustimella ja muulla alan rahoituksella on merkittävä vaikutus tuotantopalvelukentän kasvuun. Kymmenien tai satojen miljoonien eurojen suuruisien tuotantojen toteuttaminen Suomessa kuitenkin edellyttää, että tuotantopalveluja tarjoavat toimijat pystyvät sekä tarjoamaan tarvittavat palvelut että hoitamaan niihin liittyvät hallinnolliset tehtävät. Luvussa kolme tarkastellaan lähemmin tämänhetkistä tuotantopalveluosaamista.

## TUOTANTOPALVELUTOIMEKSIANNOT SUHTEESSA GENREIHIN

Tämän raportin pohjana olevassa selvityksessä tarkasteltiin tuotantopalvelutoimintaa sekä TV-ohjelmien, elokuvien että mainoselokuvien osalta. Perinteisesti tuotantopalveluja ovat Suomessa tarjonneet mainos-tuotantoyhtiöt, ja mainokset muodostavat edelleen suuren osan toimeksiannoista. Esimerkiksi Flatlight Creative House, Twisted Films ja Grillifilms ovat aiemmin profiloituneet nimenomaan mainosten tuotantopalvelujen tuottamiseen. Twisted Films puolestaan on kolme viimeisintä vuotta tehnyt enemmän draamaa, mutta mainostuotantoja on edelleen paljon (Louhelainen).

Eri alueilla on perinteisesti ollut erilaisia painotuksia genren suhteen. Turussa on kuvattu paljon elokuvia (Raninen), Tampereella viihdettä ja draamaa (Rahkonen) ja Lapissa mainoksia (Gullsten). Itä-Suomen elokuvakomission alueella toiminta on keskittynyt lähinnä elokuvaan ja dokumentti- ja luonto-ohjelmiin. Aiempina vuosina Itä-Suomen alueella toteutettiin suuria Ylen tuotantoja kuten *Karjalan kunnailla* -TV-draamasarja. (Myller & Mutka.) Kainuu on puolestaan profiloitunut indie-elokuvia tuottavana alueena (Karvonen).

Viime aikoina tuotannot ovat monipuolistuneet eri alueilla mm. alueellisten tuotantokannustimien ansiosta. Esimerkiksi Turun Logomossa on kuvattu *Voice of Finlandin* kaikkien tuotantokausien live-osuudet ja joi-takin osia *Ratamo*-sarjaan. Syksyllä kuvataan useita draamasarjoja, joista yksi on kotimainen *Peacemaker* (tuotantobudjetti 7,7 miljoonaa euroa). (Raninen.) Tampereella kuvataan nyt enemmän viihdettä kuin koskaan aikaisemmin, myös kaupallisia toimeksiantoja on enemmän kuin ennen. Kaupunki tavoittelee asemaa merkittävänä EU-tuotantokaupunkina ja edistää mm. laadukasta videoviestintää ja animaatiotuotantoa. (Rahkonen.)



## POHDINTAA

*Tuotantopalvelukyselyjen määrä on viime vuosina kasvanut ja tarjolla olevien palvelujen valikoima onkin laaja. Tässä selvityksessä ei kuitenkaan ollut mahdollista arvioida tarkasti yksittäisten yritysten kompetenssia tuotantopalvelujen tarjoajina. Koko tuotantopalvelukenttä on vasta muotoutumassa ja kokemuksia erityisesti suurista kansainvälisistä tuotannoista on vähän.*

*Suurin osa tuotantopalveluja tarjoavista yrityksistä on varsin pieniä toimijoita. Vaikka pienillä yrityksillä on omat etunsa, massiivisiin kansainvälisiin tuotantoihin osallistuminen edellyttää skaalautumista usealla eri osa-alueella. Tuotantopalveluyrityksen on esimerkiksi kyettävä hoitamaan suurenkin tuotannon taloushallinto asianmukaisesti ja ajantasaisesti. Pienten toimijoiden yhteistyö saattaisi tukea kansainvälistymistä, samoin ulkomaisten toimijoiden tulo Suomeen. Alalla olisi kuitenkin käytävä keskustelua siitä, miten kotimaisen tuotantopalvelutoiminnan kilpailukykyä parhaiten tuetaan.*

*Tärkein alan kehittymistä jarruttava tekijä saattaa kuitenkin olla se, että alalla ei vallitse yhteistä ymmärrystä siitä, mitä tuotantopalveluilla kaiken kaikkiaan tarkoitetaan. Jotta kotimaisia tuotantopalveluja voidaan tehokkaasti markkinoida ulkomaisille toimijoille, täytyy kyetä määrittelemään, mitä ollaan tarjoamassa. Monipuolisuus voi toisinaan olla etu, toisinaan se voi näyttäytyä epäammattimaisuutena. Erikoisosaaminen toimii myös kilpailuvalttina kansainvälisillä markkinoilla.*

# 3. TUOTANTOPALVELUOSAAMINEN JA -RESURSSIT

Edellisessä luvussa viitattiin lyhyesti siihen, että kotimaisen tuotantopalvelutoiminnan kehittyminen kansainväliselle tasolle edellyttää riittäviä resursseja toiminnan eri osa-alueilla. Keskeisimpiä näistä ovat luonnollisesti henkilöstöön liittyvät resurssit, kuten henkilöstön määrä ja osaaminen. Tässä luvussa tarkastellaan tuotantopalvelukentän heikkouksia ja vahvuuksia erityisesti osaamisen ja henkilöstöresurssien kautta. Lisäksi selvitetään muita tuotantopalveluresursseja sekä muiden alueellisten palvelujen tarjontaa.

## TUOTANTOPALVELUHENKILÖSTÖN MÄÄRÄ

Sisällöntuotannon globalisoitumisen, TV-draaman uuden huippukauden sekä koti- ja ulkomaisen rahoituksen lisääntymisen myötä Suomen av-markkinat ovat kasvaneet lähivuosina merkittävästi. Työn tekemisen tapa myös kotimaisissa tuotannoissa on viime vuosien aikana muuttunut juuri siitä syystä, että mittakaava tuotannoissa on kasvanut; tehdään yhä enemmän kansainvälisiä tuotantoja ja budjetit ovat suurentuneet aiempiin vuosiin verrattuna. Kuitenkin osaavasta tuotantohenkilöstöstä ja sen määrästä on koko Suomessa pula. Useat haastateltavista mainitsivat, että ulkomaisiin varsinkin isomman budjetin tuotantoihin kelpaavaa henkilöstöä ei Suomesta löydy riittävästi. Haastatteluissa nousi esiin myös kenties aiheellinen uhkakuva liittyen osaavien tekijöiden vähyyteen maassamme ja sen vaikutukseen tuotantojen laatuun (Raninen).

Av-alan ammattilaisia on noin 1000 alan liittojen jäsenenä, mutta kansainväliselle osaamisen tasolle ylittää heistä vain osa. Kun isot kansainväliset tuotannot ovat kyseessä, tekijälistamme on liian kapea. Myös kotimaiset tuotannot työllistävät tällä hetkellä useimmat parhaimmista tekijöistämme. Tämä tarkoittaa myös sitä, ettei välttämättä löydy saman tasoista korvaajaa, mikäli halutuimmat ammattilaiset ovat varattuina (Laurila.)

Useat haastateltavista (Tuovio, Gullsten, Laurila, Kuitunen, Louhelainen, Vierimaa) mainitsivat, että nimenomaan HOD-henkilöiden (Head of Department) johtamistaitojen tulisi kehittyä vastaamaan kansainvälistä tasoa. Toisaalta myös monet Suomeen tulevista kansainvälisistä tuotannoista tuovat useimmiten mukanaan oman HOD-henkilöstönsä ja olisivat valmiita ostamaan nimenomaan paikallista assistenttitason henkilöstöä. Assistenttitason henkilöstöä tarvitaan isoimmista tuotannoista usein kymmeniä, mutta määrällisesti kykeneviä tämän tason ihmisiä ei ole tällä hetkellä riittävästi (Gullsten). Lisäksi Location Scouteista on pulaa. Pohjois-Suomen elokuvakomission Anne Laurila sanoi, että perus-scouttaustyövoimaa vielä löytyy, mutta itsenäisesti koko Suomen kuvauspaikkoja pelkästään tarjouspyyntöjen referenssikuvien perusteella kartoitettavia ammattilaisia ei ole.

Ammattimaisen henkilöstön pula toimenkuvittain vaihtelee hiukan alueittain. Esimerkiksi Pohjois-Suomessa on vajetta erityisesti apulaisohjaajista, 1. kamera-assistenteista, kraanaoperoijista ja lavasterakentajista,

kun taas Itä-Suomesta puuttuu kenttä-äänittäjiä sekä F.S.C.-pätevyiden omaavia kuvaajia. Tuotantopuolen työntekijöitä (tuottaja, linjatuottaja, tuotantopäällikkö) puuttuu koko Suomesta, tilannetta on kuvattu alalla jopa hälyttävän vaikeaksi. Kaikki haastateltavat yhtyivät siihen, että nyt sekä koti- että ulkomaisten sisältöjen tekemisen lisääntyneenä ammattimaisen henkilökunnan tarve koskee kaikkia toimenkuvia.

## OSAAMINEN JA TOIMENKUVAT

Tuotantoryhmän jäsenet ovat omaksuneet suomalaisissa, pienten resurssien tuotannoissa operatiivisen, jopa talkoohenkisen tekemisen kulttuurin ja johtamistaitojen kehittäminen on jäänyt vähemmälle huomiolle. Kansainväliset tuotannot ovat hierarkkisempia kuin mihin meillä on totuttu (Vierimaa). Oman ryhmän johtaminen ja tehtävien delegoiminen on keskeistä (Kuitunen).

Suomalaisissa tuotannoissa ei ole läheskään kaikkia toimenkuvia, jotka löytyvät suuremmista kansainvälisistä tuotannoista. Tällainen tehtävä on esimerkiksi Transportation Captain. Myös esim. Best Boyn tehtävät poikkeavat merkittävästi siitä, mihin kotimaisissa tuotannoissa on totuttu. (Louhelainen.) Monelle suomalaiselle tekijälle kansainvälisissä tuotannoissa käytetyt tehtävänimikkeet ja toimenkuvat ovatkin osittain vieraita (Louhelainen, Tuovio).

Moni haastatelluista oli sitä mieltä, että myöskään isojen tuotantojen tekemisen kulttuuria ei tunneta meillä riittävästi. Vaikkei isoissa tuotannoissa työskentely ole meille täysin vierasta, niin tuotantopalveluosamisen kehittyminen tarkoittaa myös luottamuksen ansaitsemista pyrittämällä yli 150 hengen tuotantoja ansiokkaasti täysin kotimaisin voimin (Louhelainen). Esimerkkinä mainittiin mm. se, ettei meillä ole riittävästi 300–500 hengen tuotantoryhmän logistiikkaosaamista tai workflow-suunnitteluosaamista. Kotimaisten tuotantobudjettien kasvusta huolimatta rahamäärän lisääntyminen ei näy samassa suhteessa muun muassa tuotantosuunnittelussa. Anne Laurilan mukaan haastavaa on se, että kansainvälisissä tuotannoissa resurssit ovat usein valtaiset meidän budjetteihin verrattuna, eikä kuitenkaan ole riittävästi ymmärrystä sen suhteen, miten tuotantoja tulee toteuttaa niin isoilla resursseilla (Laurila).

Tuotantopalvelutoiminnan kannalta järjestyksessä ensimmäiset oleelliset toimenkuvat ovat Location Scout ja Location Manager (Suomessa näihin tehtäviin viittaavat käytetyimmät tittelit ovat järjestäjä ja kuvauspaikkapäällikkö). Haastatelluista moni peräänkuulutti erityisesti näiden toimenkuvien osalta osaamisen ja monikansallisten tuotantojen ymmärryksen lisääntymistä (esim. Louhelainen). Kuten edellä mainittiin, Suomesta löytyy perustyövoimaa sekä alueellisia ammattitaitoisia Location Scoutteja tekemään kuvauspaikkaetsintää, mutta itsenäisesti koko Suomen laajuisesti kuvauspaikkoja etsiviä, vain tarjouspyyntöjen kuvausten ja referenssikuvien pohjalta scouttaavia ammattilaisia ei meillä ole (Laurila.) Muutama haastatelluista mainitsi, että esim. Bond-elokuvia ei välttämättä voisi tällä hetkellä tehdä täällä juuri siitä syystä, ettei ammattilaisia ole riittävästi.

Ammattimainen, kansainvälisen tason tuotantopalvelutoiminta edellyttää muun muassa tekemisen tarkkuutta ja ensiluokkaista palvelua, kykyä vastata tarjouspyyntöihin yksityiskohtaisesti sekä asiantuntevasti. Jos esim. kysytään 15 metriä pitkää traileria, pitää ymmärtää tarkasti mitä sillä tarkoitetaan ja mitä tarjoukselta odotetaan (Kuitunen). Lisäksi eräs haastatelluista mainitsi, että tuotantopalvelutoimeksiannoissa suomalaiset tekevät usein murto-osan siitä mitä ulkomaiset kollegat tekevät. Esimerkkinä mainittiin mm. yksityiskohtaisen tiedon tarjoaminen; kuvauspaikkojen välimatkat koordinaatteineen, auringon suunnat kuvauspaikkaan nähden, tarkat 360 asteen kuvat kuvauspaikasta, useiden vaihtoehtojen tarjoaminen esim. rekvisiitan suhteen, jne. (Valtanen).

Alan ammattilaiset tarvitsevat siis kunnianhimoisempaa asennetta työtään kohtaan. Tähän liittyy myös se, miten omia palveluja markkinoidaan potentiaalisille kansainvälisille asiakkaille. Business Finlandin Merja Salosen mukaan vaikuttaa siltä, että erityisesti ulkomaiset suuret tuotantoyhtiöt, studiot ja VOD-palveluiden tuottajat eivät tunnista suomalaisia tuotantopalveluyrityksiä eikä tuotantoyhtiöitä tai niiden erityisosaamista. Myös Location Scoutien ja Managereiden proaktiivista myynti- ja markkinointityötä kaivataan. Asiakkaita ei pitäisi jäädä odottelemaan, vaan myös pienempien toimijoiden tulisi markkinoida aktiivisesti palvelujaan. Oma työ tulisi siis nähdä enemmän kansainvälisesti verkottuneena strategisena liiketoimintana. (Salonen.)

Kehittämiskohteiden ohella haastatteluissa tuli esiin myös suomalaisen tuotantopalveluosaamisen vahvuuksia. Haastatteluissa mainittiin, että suomalaisista av-alan ammattilaisista useimmat tuntevat luonnon ja siellä liikkumisen, ja etenkin kylmissä ja lumisissa olosuhteissa kuvaaminen on erikoisosaamistamme. Monella alueella kotimaiset yritykset ja tekijät ovat saaneet kiitosta koti- ja ulkomaisilta toimijoilta asioiden nopeasta hoitamisesta, joustavuudesta, avuliaisuudesta, sujuvuudesta ja hyvästä palvelualltiudesta. Suomalaiset tekijät osaavat tehokkaan tekemisen, työmoraali on korkealla ja oppimiskäyrä on hyvä. Yhtenä suomalaisen tuotantotekemisen parhaana puolena mainittiin turvallisuusasioiden hoitamisen ensiluokkaisuus tuotannoissa verrattuna moniin isompiin eurooppalaisiin maihin. Kotimaiseen tuotanto-osaamiseen kerrottiin kuuluvan myös kustannustehokkuus (kaikki haastateltavat).



Kuva 2: *Arctic Circle*, 2018, © Yellow Film & TV, Kuva: Hannele Majaniemi

## ALAN KOULUTUS

Tärkeänä osaamiseen vaikuttavana tekijänä haastatteluissa nostettiin esille alan koulutus. Medianomin koulutus on ollut liian laaja-alaista ja koulutusmäärärahojen leikkausten vuoksi koulutuksen taso on edelleen heikentynyt erityisesti tietyillä alueilla (Laurila). Suomessa ei myöskään ole olemassa kisälli-oppipoi-ka-systeemiä, vaan esimerkiksi HOD-tehtäviin voi nousta ”yhdessä yössä” (Valtanen). Tällä hetkellä huippu-osaaminen on kiinni vain yksilön olemassa olevista lahjoista ja siitä, miten paljon hän on valmis hakemaan vaikutteita ja jatkokoulutusta muualta (Rahkonen).

Alan kansainvälistyminen edellyttäisi siis koulutuksen kansainvälistymistä. Haastatteluissa korostuivat erilaiset vaihto-ohjelmat ja työharjoittelut, joiden kautta olisi mahdollisuus tutustua eri tuotantokulttuureihin (mm. Rahkonen). Louhelainen ehdottaa, että osaamista voisi kehittää osallistumalla ammatilliseen vaihto-ohjelmaan, jossa olisi mahdollisuus työskennellä ulkomaisessa tuotannossa esim. Assistant Production Managerina. Korkeintaan 50 miljoonan euron tuotannot toimisivat sopivina koetuotantoina, ja lisäksi kotimaisten tekijöiden ymmärrystä siitä, millaisia toimenkuvia suurissa tuotannoissa on (Louhelainen). Tämän tyyppisiä ”career-ohjelmia”, joissa osallistujat pääsevät jossain roolissa mukaan isojen studioiden tuotantoihin, on ulkomailla jo olemassa (Laurila). Oppilaitoksilla ja muilla toimijoilla ei kuitenkaan ole resursseja järjestää koulutusohjelmia, joissa alalla toimivat ammattilaiset pääsisivät tekemään yhteistyötä kansainvälisissä isommissa tuotannoissa. Tällaisen koulutuksen kehittäminen edellyttäisi kansallisen tason panostusta (Laurila.)

Tuotantopalveluhenkilöstön koulutuksen lisäksi myös muun henkilöstön osaamista ja koulutusta tulisi kehittää. Helsingin kaupungin Pia Naarajärven mukaan tuottajakoulutuksessa on vakavia puutteita erityisesti liiketalouden ja IPR-asioiden osalta (esim. TV-sarjojen jatkokausien sopimukselliset seikat ja alueellisuus). Lisäksi mm. taloushallinnon palveluntarjoajien osaamista tulisi nostaa kansainvälisten tuotantojen vaatimalle tasolle. Av-alaa ymmärtäviä ja alalta kokemusta hankkineita taloushallinnon osaajia tarvitaan lisää (Naarajärvi.)

Koko maan kattavien kehittämisspyrkimysten puuttuessa elokuvakomissioissa on pyritty ideoimaan alueellisia ratkaisuja koulutusongelmaan. Esimerkiksi Film Tampereen Ilkka Rahkonen haluaisi järjestää lahjakkaimmille henkilöille masterclass-tyyppistä koulutusta yhteistyössä kansainvälisten toimijoiden kanssa. Turussa puolestaan tutkitaan mahdollisuuksia järjestää tuotantopäällikkökoulutusta yhdessä Turun Taideakatemian ja Humanistisen ammattikorkeakoulun kanssa. Tavoitteena on saada mm. kulttuurituotannon ja liiketalouden opiskelijat kiinnostumaan tuotantopäällikön ja/tai linjatuottajan tehtävistä ja tuoda esimerkiksi Ruotsista osaavia tuottajia luennoimaan (Raninen). Lisäksi yhtenä vaihtoehtona mainittiin HOD:ien vientipotentiaalin kasvattaminen kansainvälisten verkostojen avulla. Tähän mennessä agenteja ovat hyödyntäneet lähinnä näyttelijät ja ohjaajat, mutta toimintaa voisi laajentaa kattamaan myös muita av-alan ammattilaisia (Laurila). Myös Inland Film Companyn Klaus Heydemann mainitsi, että suoratoistomarkkinat ovat muuttaneet toimintaa siten, että ulkomaiset agentuurit (kuten Creative Artists Agency) välittävät työtarjouksia nyt laajemmin erilaisille media-alan talenteille/osaajille.

## MUUT TUOTANTOPALVELUT JA ALUEELLISET PALVELUT

Henkilöstöressurssien ohella kattavan tuotantopalveluvalikoiman tarjoaminen edellyttää myös erilaisia muita resursseja. Seuraavassa käsitellään sekä varsinaisia tuotantopalveluresursseja että muita alueellisia palveluja (kuten catering-, majoitus- ja logistiikkapalvelut) jotka ovat eivät näy suoraan lopullisessa tuotteessa mutta ovat välttämättömiä tuotannon valmistumiselle. Näiden resurssien osalta haastatteluissa tuli niin ikään esille sekä heikkouksia että vahvuuksia, ja niissä näkyvät myös alueelliset erot.

Haastatteluaineiston perusteella merkittävimmät tuotantopalvelujen puutteet liittyvät henkilöstön osamiseen ja sen vähäiseen määrään, koko maan kattavaan kuvauspaikkojen yksityiskohtaiseen kartoittamiseen, tekniseen erikoisvälineistöön ja suurten kansainvälisten tuotantojen edellyttämään tuotantoinfrastruktuuriin. Esimerkiksi Suomen potentiaalisten kuvauspaikkojen julkisissa, eri tahojen ylläpitämässä kuva-arkistoissa on heikkouksia. Kuva-arkistojen läpikäynti on hankalaa, jokaisella alueella on omansa, ja kuvat ovat usein vain kauniita kuvia ilman yksityiskohtaisempia tuotannollisesti merkittäviä tietoja eikä niitä ole riittävän monipuolisesti eri tuotantojen tarpeisiin (Valtonen).

Teknisen välineistön osalta useat haastatteluista mainitsivat Russian arm -kaluston ja sitä operoivan ammatikunnan puuttumisen. Ko. kalustoa käytetään erityisen paljon mm. automainoksissa. Lähin Russian arm -kalustoa ja operoijia vuokraava yritys on Norjassa. Suomesta ei myöskään löydy riittävästi tuotanto-osamista omaavia kuskeja vauhdikkaisiin rooliautoihin tai Russian arm -autoihin (Kuitunen).

Yksi puute isojen Hollywood-tuotantojen suhteen on se, ettei meillä olla valmiita isojen, kameran molemmin puolin olevien ”tähtien” sekä heidän mukanaan tuleviin seurueisiin sekä heitä edustavien järjestöjen tuotanto-oloja koskeviin vaatimuksiin (kuten esim. tilat kuvauspaikoilla, majoitus, oheispalvelut). Tuotantoinfran tulisi kehittyä monipuolisesti ja kotimaisia tuotantopalveluyrityksiä pitäisi syntyä lisää, jotta isomman skaalan tuotantopalveluiden tarjoaminen mahdollistetaan (Louhelainen). Myös Valtanen mainitsi, että kuvauspaikkaan liittyvää kalustoa, kuten WC- ja meikkausvaunuja sekä tuotantotoimistotrailereita, ei ole riittävästi eikä niiden taso riitä kansainvälisten tuotantojen tarpeisiin.

Vahvuuksina mainittiin erilaiset kalustoihin liittyvät resurssit Russian armia lukuun ottamatta. Komeetta Filmin Daniel Kuitusen mukaan kotimaiset kalustofirmat pystyvät palvelemaan tuotantoja hyvin. Tekniikka on Euroopan kärkeä, vaikka osajia onkin liian vähän (Valtonen). Muista tuotantopalveluresursseista haastatteluissa nousivat esiin esimerkiksi studiot. Kilpailukykyisiä studiotiloja löytyy sekä Tampereelta että Kainuusta – Kainuussa on muun muassa Pohjois-Suomen suurin green screen (Rahkonen, Karvonen). Kotimaisiksi vahvuuksiksi nimettiin myös toimiva logistiikka ja hyvä tieinfrastruktuuri. Kalusto liikkuu Suomessa nopeammin kuin esimerkiksi Norjassa (Gullsten), ja kalustoautoit pääsevät liikkumaan sujuvasti sekä valtion ylläpitämiä että yksityisiä teitä pitkin (Kuitunen).

Alueellisten palvelujen merkittävimmät heikkoudet liittyvät majoituskapasiteettiin erityisesti Lapin elokuvakomission alueella. Esimerkiksi Rovaniemellä on melko pieni majoituskapasiteetti, joten talven parhaaseen turistisesonkiin ajoittuvat kuvaukset ovat usein haasteellisia (Niemelä, Valtanen, Tuovio). Turistien majoittaminen menee sesonkiaikana kuvausryhmien edelle, koska turistit tuovat enemmän rahaa alueelle (Valtonen). Lisähaastetta tuovat lyhyellä varoitusajalla Lappiin tulevat tuotannot. Myös Länsi-Suomen elokuvakomission Teija Raninen korostaa hyvien suhteiden ja kekseliäisyyden merkitystä majoituksen järjestämisessä. Turun alueella majoituskapasiteetti voi niin ikään tulla sesonkiaikana vastaan, jos esimerkiksi heinä-elokuussa kuvataan samaan aikaan useampaa tuotantoa (Raninen). Ympäri Suomea, muun muassa Turkuun ja Tampereelle, on kuitenkin rakentumassa lisää hotelleja (Raninen, Rahkonen). Eri tasoista majoitusta on tarjolla eli puolilla Suomea, esimerkiksi Kainuussa (Karvonen), mutta varsinainen ”luksus” puuttuu lähes kaikkialta (Valtonen). Suomessa ollaan yleisesti ottaen hyvin maanläheisiä: vaikka Pohjois-Suomesta



jotain luksukseksi luokiteltavaa tuotantopalveluinfraa jo löytyykin, esimerkiksi Järvi-Suomessa sitä ei ole (Valtanen). Myös catering-palveluja koskee sama haaste: onko paikallisen palveluntarjoajan taso riittävän korkealla kansainvälistä tuotantoa ajatellen? Inland Film Companyn Klaus Heydemannin mukaan vastuu palvelujen laadusta on tuotantopalveluyrityksellä.



## POHDINTAA

*Tuotantopalvelujen kysynnän nopea kasvu yhdessä av-alan koulutukseen kohdistuneiden leikkausten kanssa on johtanut tilanteeseen, jossa osaavaa suomalaista tuotantopalveluhenkilöstöä ei ole riittävästi. Vaikka alan ammattilaisten osaaminen on jo monella osa-alueella hyvällä tasolla, Suomessa toteutettavien tuotantojen vaatimustaso on nousut viime vuosien aikana huimasti eikä alan tekijöiden riittävästä osaamisesta ole pystytty kaikin osin huolehtimaan. Erityisen tärkeää olisi luoda tuotantopalveluhenkilöstölle ja muille alan ammattilaisille mahdollisuuksia hankkia osaamista ja kokemusta kansainvälistä tuotannoista.*

*Uuden hallitusohjelman tavoitteena onkin kasvattaa elokuva-alan ja audiovisuaalisen alan tuotantotukea sekä tukea perustettavan Creative Business Finlandin avulla luovien alojen kasvua. Myös alan järjestöillä sekä toimijoilla on roolinsa koulutuksen kehittämisessä.*

*Muiden tuotantopalveluresurssien osalta haastatteluissa nousi esiin selkeitä kehittämis-kohteita. Näiden osalta on kuitenkin pohdittava, mistä resurssien parantamiseen tarvittava rahoitus saadaan ja miten tälle rahoitukselle saadaan mahdollisimman hyvä tuotto. Mitkä siis ovat niitä ratkaisevia tekijöitä, joiden kehittäminen toisi Suomeen lisää ulkomaisia tuotantoja ja olisiko kansainvälisiä tuotantoja mahdollista saada tänne niin paljon, että esimerkiksi erilaista tuotantovälineistöä kannattaa hankkia? Tämän selvityksen aineistolla ei ole mahdollista tuottaa riittävän tarkkaa tietoa siitä, millaisia tarpeita kansainvälisillä tuotannoilla on ja mitkä tekijät vaikuttavat ratkaisevasti päätökseen siitä, toteutetaanko tuotanto Suomessa. Tällaisen informaation tuottamiseksi olisi koottava yhteen esimerkiksi Suomeen eri tahoille tulevat tuotantopalvelukyselyt ja seurattava tuotantojen mahdollista toteutumista Suomessa.*

# 4. TUOTANTOPALVELUJEN ALUEELLISUUS JA ORGANISOITUMINEN

Kuten edellä on jo käynyt ilmi, tuotantopalvelujen tarjonta vaihtelee merkittävästi alueittain. Lisäksi alueelliset toimijat, lähinnä elokuvakomissioiden, vaikuttavat merkittävästi siihen, millaisena kyseisen alueen tuotantopalvelut näyttäytyvät. Alueellisen tason lisäksi tuotantopalvelukentällä on kansallisen ja kansainvälisen tason verkostoitumista ja yhteistyötä. Tässä luvussa tarkastellaan tuotantopalvelujen alueellisia erityispiirteitä, elokuvakomissioiden toimintatapoja, koti- ja ulkomaista verkostoitumista ja yhteistyötä. Lopuksi luodaan lyhyt katsaus tuotantopalvelujen markkinointiin, joka sekkin tapahtuu pääasiassa alueellisesti.

## ALUEELLISET ERITYISPIIRTEET

Tämän raportin pohjana toimivassa selvityksessä alueellisuutta tarkasteltiin kahdella eri tasolla: ensinnäkin tuotantopalvelutoimijoiden maantieteellisen sijoittumisen tasolla ja toiseksi alueellisten vahvuuksien ja kehittämiskohteiden tasolla. Kyselyyn vastanneiden tuotantopalvelutoimijoiden maantieteellistä sijaintia kartoittava kysymys nosti esiin kaksi aluetta: Helsingin sekä Tampereen seudun. Yhteensä 26 vastaajasta kahdeksan ilmoitti kotipaikakseen Helsingin ja kymmenen Tampereen. Lisäksi kahden vastaajan kotipaikka sijaitsee Ylöjärvellä, yhden Nokialla ja yhden Kangasalla. Yhteensä Tampereen alueelle sijoittui siis 15 vastaajaa. Rovaniemellä sijaitsevia yrityksiä oli kyselyssä mukana kolme ja Turussa sijaitsevia yksi.

Vaikka kyselylinkkiä jaettiin koko maahan sekä APFI:n että alueellisten elokuvakomissioiden kautta, ei esimerkiksi Oulun seudulla tai Kymenlaaksossa sijaitsevilta toimijoilta saatu lainkaan vastauksia. Tuotantopalveluyritysten kotipaikan sijaintia koskevan kysymyksen osalta tuloksia voidaan siis pitää ainoastaan viitteellisinä. Sen sijaan toimipisteiden määrää koskeva kysymys tuottaa luotettavampaa tietoa siitä, miten tuotantopalveluyritykset toimivat. Kyselyyn vastanneista 26 toimijasta 24:llä oli ainoastaan yksi toimipiste, yhdellä kaksi ja yhdellä kolme. Tuotantopalvelutoimintaa tehdään siis pääasiassa yhdestä toimipisteestä ja omalta alueelta käsin, vaikka tuotantoja voidaankin toteuttaa eri puolilla Suomea.

### **Esimerkki 4:**

*Inland Film Company on ollut mukana erilaisissa tuotannoissa ympäri Suomea. Lapin alueella toteutetussa Amazon Primen Grand Tour -TV-sarjan jaksossa yritys toimi paikallisena tuottajana, hoiti lokaatio- ym. järjestelyt Lapissa sekä vastasi rekvisiitasta, lavastuksesta, catering-palveluista sekä tuotannon basecampeista. Kuvaus- ja tuotantoryhmä tuli pääosin Isosta-Britanniasta. Yritys on ollut mukana myös Etelä-Suomeen sijoittuneessa kiinalaisen Huaweiin mainoksessa, Jyväskylässä kuvatussa Hyundai-ralliautojen mainoksessa ja Saariselällä kuvatussa Hyundai Genesis -mainoksessa. Kaikissa tuotannoissa tuotantopalvelujen arvo oli useita satoja tuhansia euroja. (Heydemann.)*

Alueellisia vahvuuksia ja kehittämiskohteita selvitettiin lähinnä haastatteluaineiston avulla. Haastattelut tuottavatkin varsin monipuolisen kuvan tuotantopalvelutoiminnan alueellisista eroista. Myös yhtäläisyyksiä löytyy: sekä Kainuun, Turun että Tampereen alueilla tuotantopalvelujen tila arvioitiin yleisesti ottaen hyväksi. Seuraavassa eritellään tarkemmin alueellisia erityispiirteitä.

## LAPPI

**Anna Niemelä / Lapin elokuvakomissio ja Maria Gullsten / Flatlight Creative House:**

- Vuosittain alueella tehdään 30–50 isompaa tuotantoa (TV-sarjoja, elokuvia, mainoksia). Kyselyjä tulee joka vuosi 100–150 tuotannolta, yli puolet näistä ulkomailta (eniten Kiinasta, Yhdysvalloista, Italiasta, Saksasta, Ranskasta ja Isosta-Britanniasta).
- Av-alan tuotantokannustimella on ollut selkeitä vaikutuksia alueen tuotantopalvelujen kysyntään. Kannustimen vaikutuksia kuvaava infograafi osoittaa, että Lapissa kuvattujen draama- ja elokuvatuotantojen määrä kasvoi vuonna 2018 kuuteen tuotantoon, kun vuosina 2014–2017 tuotantoja oli 0–3. Myös Lapin elokuvakomission vastaanottamien kannustinkelpoisten tuotantokyselyjen määrä yli kaksinkertaistui vuosina 2015–2018 (vuonna 2018 kyselyjä oli 38). ([www.lapland.fi/uploads/2019/01/4684d2f1-hol\\_av-kannustimet\\_infograafi\\_paivitys\\_web.pdf](http://www.lapland.fi/uploads/2019/01/4684d2f1-hol_av-kannustimet_infograafi_paivitys_web.pdf))
- Alueen erityispiirteitä ovat valo-olosuhteet ja lumi. Tästä johtuen haasteeksi muodostuu se, että tuotannot ajoittuvat pääosin talvikauteen. Talvella (erityisesti joulutammikuussa) kuvattavien tuotantojen määrää on haastavaa kasvattaa, ja loppukevät ja kesä voitaisiin hyödyntää paremmin.
- Talven tuotantopiikin takia on vaikea arvioida, miten suurelle työntekijämäärälle olisi tarvetta ympäri vuoden. Myös majoitus- ja muiden palvelujen riittävyys aiheuttaa ongelmia talvisin.
- Oman haasteensa tuottaa se, että kaupalliset toimijat heräävät usein viime hetkellä tekemään joulumainoksia, vaikka ne olisi mahdollista tehdä jo edellisenä keväänä.
- Alueella tehdään yhteistyötä koko maan tuotantoyhtiöiden kanssa, (mm. Helsinki-filmi, Grillifilms, Bob The Robot ja Cocoa).

## POHJOIS-SUOMI

**Anne Laurila / Pohjois-Suomen elokuvakomissio ja Marko Karvonen / Kainuun ammattioppilaitos:**

- Oulun alueelle toivotaan enemmän tuotantopalvelutoimintaa.
- Tällä hetkellä suurin osa toimijoista on yhden hengen yrityksiä tai osuuskuntia, jotka tarjoavat lähinnä Location Scout- ja/tai Location Manager -palveluita. Alueella on myös jonkin verran jälkituotantopalveluja, erityisesti äänen jälkityötä tarjoavia yrityksiä ja tekijöitä. Usein tuotantopalveluja tarjoavat yhtiöt tekevät itse myös sisällöntuotantoa, jolloin tuotantopalvelutoiminta on vain sivutoimintaa.

- Kainuun erityispiirteenä on pitkä indie-elokuvien historia (mm. Black Lion Pictures). Näistä tuotannoista on saatu osaamispääomaa, ja ne ovat olleet alueelle hyödyllisimpiä. Kainuuseen on mahdollisesti tulossa jopa 4–8 kansainvälistä yhteistuotantoeelokuvaa. Indie-tuotantoja toivotaan alueelle lisää: ne saavat hyvin kansainvälistä rahoitusta, ja Kainuussa pienemmille tekijöille voidaan tarjota samat mahdollisuudet kuin alan huipuille.

## ITÄ-SUOMI

### Niina Myller ja Perttu Mutka / Itä-Suomen elokuvakomissio:

- Alueella tehdään erityisesti elokuvia: elokuvatuotannot jättävät alueelle noin 300 000 euroa vuodessa. Jos tuotannon toteuttavan yhtiön kotipaikka olisi Itä-Suomessa, alue hyötyisi tuotannoista vielä enemmän.
- Alueen haasteena on tuotantopalvelutoiminnan organisoimattomuus. Yritykset ovat pääasiassa alan oppilaitoksesta valmistuneiden henkilöiden perustamia pienyrityksiä. Alueelle tarvittaisiin menestyvä tuotantoyhtiö, joka toteuttaisi alueella tuotantoja.
- Erityisesti alueelle toivotaan lisää kotimaisia tuotantoja, jotta tekijöiden ammattitaito kasvaisi. Osaavia tekijöitä on viime vuosien aikana muuttanut paljon pääkaupunkiseudulle, kun alueelle sijoittuneet suurtuotannot, kuten *Karjalan kunnailla*, päättyivät. Riveria-ammattikoulun ansiosta puvustus- ja lavasterakennustekijöitä on melko hyvin. Karelia-ammattikorkeakoulu tekee tuotantojen kanssa yhteistyötä ja tarjoaa tuotantoihin medianomiharjoittelijoita. Kenttä-äänittäjiä, F.S.C.-pätevyyden omaavia kuvaajia ja tuottajia puuttuu erityisesti.
- Alueen erityispiirteenä on äänen jälkituotannon tukeminen. Alueella toimivat mm. SF Sound Studio Oy ja Kaamos Sound Oy, joka on erikoistunut erityisesti foley-äänien tekemiseen. Yritys teki aiemmin lähes kokonaan Hollywood-tuotantoja, mutta nyt asiakkaina on enemmän myös suomalaisia tuotantoja. Osaavia tekijöitä äänen jälkituotantotöihin on silti vaikea löytää riittävästi.

## TAMPEREEN ALUE

### Ilkka Rahkonen / Film Tampere:

- Tampereen erityispiirteenä ovat pitkät perinteet televisiotuotannossa. Tähän liittyen alueella on useita suuria kuvausstudioita.
- Alueen vahvuuksia ovat myös hyvä prosessinhallinta, toiminnan nopeus, kustannustehokkuus ja toimivat palvelut.
- Alueelta löytyy sekä luontoa että urbaania lokaatiota, vanhaa kaupunkia ja maaseutua sekä Järvi-Suomea.
- Tampereen alueelle pyritään saamaan yhtä lailla sekä kotimaisia että kansainvälisiä tuotantoja.
- Parhaita ajankohtia tuotannoille olisivat majoitus- ja muiden palvelujen osalta tammi-, helmi- ja maaliskuu. Kesä- ja heinäkuussa majoituskapasiteettia vievät erilaisten festivaalien vieraat,

mutta hotellitarjontaa pyritään jatkuvasti lisäämään.

- Erialaista palvelutarjontaa on alueella paljon. Tuotantopalveluista voidaan nostaa esiin erityisesti digitaalisia erikoisefektejä tekevät yritykset. Muun muassa Troll Visual Effects tekee VFX-jälkituotantopalveluja Yhdysvaltain Netflixin originaalituotantoon.

## TURUN ALUE

### Teija Raninen / Länsi-Suomen elokuvakomissio:

- Turussa on kuvattu 2000-luvulla yli 50 elokuvaa ja TV-sarjaa. Esimerkiksi vuonna 2017 kuvattiin yhteensä 11 av-tuotantoa. Joinakin vuosina Turussa on tehty määrällisesti enemmän elokuvia kuin Helsingissä.
- Alueen oman av-kannustimen myötä muutamat av-alan yritykset ovat laajentaneet toimintaansa Turkuun.
- Av-alan työntekijöiden tilanne on alueella haastatteluhetkellä melko hyvä, koska päällekkäisiä tuotantoja ei ole montaa. Esimerkiksi puvustus- ja maskityöntekijöitä löytyy. Sen sijaan HOD:eista, linjatuottajista, kuvaajista ja muista teknisen ryhmän työntekijöistä (esim. kamera-assistentit) on pulaa.
- Turun ammattikorkeakoulu tarjoaa elokuvaan painottunutta medianomi-koulutusta ja Humanistinen ammattikorkeakoulu kulttuurituottajakoulutusta. Alueen elokuvakomissio järjestää näistä harjoittelijoita tuotantoihin.
- Turku on elokuvaystävällinen kaupunki: asukkaat suhtautuvat erittäin myönteisesti tuotantoihin, osaavia avustajia on runsaasti ja heitä koulutetaan tehtäviinsä.
- Kaupunki on logistisesti kompaktin kokoinen ja tuotannon autot voivat pysäköidä ilmaiseksi.
- Animaatio-osaaminen on yksi Turun erityispiirteistä: animaatiostudioita löytyy kaupungista kolme.
- Alueen vahvuuksia ovat myös lokaatiot: ainutlaatuinen saaristo sekä historialliset ja modernit kuvauspaikat.

## HELSINGIN ALUE

### Pia Naarajärvi / Helsingin kaupunki / North Star Film Alliance:

- Suurin osa alan yrityksistä sijaitsee pk-seudulla ja tästä syystä tällä alueella myös kuvataan jatkuvasti eri tuotantoja ja toteutetaan jälkituotantoja.
- Helsingissä asiat toimivat yleisesti ottaen hyvin ja organisoidusti. Esimerkiksi lupien hakeminen Helsingin kaupungilta on helppoa.
- Palveluja on tarjolla myös englanniksi.

- Helsingin kaupunki on projektipartnerina (Viron ja Latvian kanssa) mukana elokuva-alan kansainvälisessä kehittämishankkeessa North Star Film Alliance. Projektin tarkoituksena on edistää projektimaiden välistä yhteistyötä ja kehittää hankkeeseen osallistuvien partnereiden kansainvälistä audiovisuaalisen alan profilia, osaamista, palvelutarjontaa, verkostoja ja yhteistuotantokäytäntöjä.
- Edelleen tulisi kehittää alueen osaamista, joka nykyisellään on liian rajallista, ja lisätä osaajien määrää.

Haastatteluaineiston pohjalta alueelliset erityispiirteet näyttävät määrittävän kolmen eri tekijän kautta. Ensinnäkin, av-alan alueellinen historia näkyy edelleen siinä, miten eri alueet ja kaupungit profiloituvat erityisesti genrejen suhteen. Tätä käsiteltiin tarkemmin luvussa kaksi. Toiseksi, av-alan koulutusta tarjoavat ammattikoulut ja ammattikorkeakoulut vaikuttavat siihen, millaista osaamista eri alueilla on ja millaisia yrityksiä niihin perustetaan. Kolmanneksi, erilaiset lokaatiot (kuten saaristo, vaarat ja tunturit, järvet) sekä sää- ja valo-olosuhteet tuottavat alueiden välille eroavaisuuksia. Myös rakennettu ympäristö, kuten historialliset rakennukset, voi toimia alueellisena erottautumistekijänä. Jokaisella alueella on sekä omat vahvuutensa ja erityispiirteensä että omat haasteensa. Alueellisella tasolla niitä osataan jo hyödyntää, mutta kansallisella tasolla on tämän suhteen vielä kehitettävää.

## ELOKUVAKOMISSIOIDEN TOIMINTATAPOJEN VERTAILU

Suomalaisen tuotantopalvelukentän alueellisia eroavaisuuksia selittävät myös alueellisten elokuvakomissioiden omaksumien tehtävien ja toimintatapojen erilaisuus. Elokuvakomissioilla on tiettyjä peruspalveluja huolehdittavanaan, mutta näiden ohella osa komissioista toimii lähinnä omaa aluettaan markkinoivina, tuotantoja ohjeistavina sekä yhteydenottoja tuotantopalveluyrityksille koordinoivina tahoina, kun taas osa komissioista on omaksunut itse tuotantopalvelujen tuottajan kaltaisen roolin (esim. kuvauslupien hakeminen). Selvitystä varten tehtyjen haastattelujen sekä alueellisten elokuvakomissioiden verkkosivujen pohjalta on koottu tiivistelmät kunkin komission tehtävistä ja toimintatavoista. Toimintatapojen ja alueellisten painopisteiden eroavaisuudet tulevat hyvin esille myös elokuvakomissioiden tuotanto-oppaissa, joita on myös käytetty tässä aineistona. Erityisesti tarkastelun kohteena ovat olleet englanninkieliset verkkosivut ja tuotanto-opaat.

### POHJOIS-SUOMEN ELOKUVAKOMISSIO: ANNE LAURILA

[www.nffc.fi](http://www.nffc.fi)

Pohjois-Suomen elokuvakomissio toimii linkkinä kansainvälisten tuotantojen ja Oulun, Kuusamon, Kajaanin ja Kokkolan alueiden tuotantoinfrastruktuurien välillä. Komission englanninkielisillä sivuilla nostetaan esiin esimerkiksi alueen neljä vuodenaikaa, lumi ja valoisat kesäyöt. Alueelta esitellään sekä luonnonlokaatioita (kuten rannikkoa ja tuntureita) että kaupunkimiljöitä, sää- ja ilmastotietoa sekä kulkuyhteyksiä. Komissio tarjoaa yleistä tietoa Suomesta ja Suomessa työskentelystä. Lisäksi sivuilta voi hakea lokaatioita ja tuotantopalvelutoimijoita sekä tutustua jo toteutuneisiin tuotantoihin. Sivuilta löytyy myös englanninkielinen tuotanto-opas, jonka sisällöt vastaavat pääosin verkkosivujen sisältöjä.

Komissio tarjoaa maksutta:

- location scoutingia
- tietoa alueen tuotanto-olosuhteista ja lokaatioista
- alueen tuotantopalveluyhtiöiden yhteystietoja
- sopimuksia paikallisten toimijoiden kanssa
- tuotannon tehokasta järjestämistä koskevaa konsultaatiota
- alueellista rahoitusta koskevaa neuvontaa.

## LAPIN ELOKUVAKOMISSIO: ANNA NIEMELÄ

[www.lapland.fi/fi/elokuvakomissio](http://www.lapland.fi/fi/elokuvakomissio)

Lapin elokuvakomission tehtävänä on lisätä elokuva-, mainos- ja televisiotuotantojen Lappiin jättämää tuloa sekä niistä saatavaa imagohyötyä. Elokuvakomissio edistää Lapin kilpailukykyä av-alalla ja tuo alueelle tuotantojen kautta työtä, rahaa ja näkyvyyttä. Elokuvakomissio on osa House of Lapland Oy:tä, joka on Lapin alueellinen markkinointi- ja viestintätalo sekä voittoa tavoittelematon osakeyhtiö. House of Laplandin omistajia ovat Lapin kunnat, korkeakoulut sekä Lapin Yrittäjät. House of Laplandin ylläpitämä Film Friendly -kumppaniverkosto koostuu lappilaisista yrityksistä ja ammattilaisista, jotka palvelevat tuotantoryhmiä monialaisesti. Vuosimaksua vastaan komissio tarjoaa Film Friendly -verkoston yrityksille koulutusta, sparrausta ja markkinointia.

Tuotantopalveluja koskevat kyselyt koordinoidaan mielellään tuotantopalveluyrityksille, mutta komissio tarjoaa myös itse mm. apua lokaatioiden etsimiseen, yhteyksiä paikallisiin palveluntarjoajiin, av-alan tekijöihin ja sidosryhmiin sekä viestintä- ja markkinointiapua. Lisäksi tehdään esim. majoitusta koskevia kyselyjä.

Lapin elokuvakomission englanninkielisillä verkkosivuilla on muun muassa tietoa pohjoisen valo-olosuhteista (kaamos, keskiyön aurinko, revontulet), vuodenajoista ja säästä, jokamiehenoikeuksista ja kuvausluvista, tuotantoryhmän jäsenten työehdoista, palkoista, kielitaidosta ja työluvista sekä Lappiin matkustamisesta. Lisäksi elokuvakomission sivuilta löytyvät Code of conduct -opas ja tuotanto-opas.

Code of conduct sisältää yksityiskohtaisia ohjeita seuraavista aihepiireistä:

- tuotannon ja komission välinen viestintä
- luonnossa, erämaassa ja maaseudulla kuvaaminen (mm. jokamiehenoikeudet, luonnonsuojelu ja kansallispuistot, yksityisalueilla kuvaaminen, jätteiden käsittely, eläinten kuvaaminen, ilmakuvaukset, lokaatioiden identifiointi kuvauksissa)
- kaupunkeihin ja taajamiin sijoittuva kuvaaminen
- ympäristöystävällinen ja kestävä kuvaaminen
- yhteisöjen ja kulttuurien kuvaaminen (erityisesti saamelaisyhteisön osalta)
- terveyteen ja turvallisuuteen liittyvät asiat.

Lisäksi komission sivuilla on englanninkielinen tuotanto-opas, jossa on yleistietoa Suomesta ja Lapista sekä Lapin alueista (mm. lentoyhteyksistä), kuvia lokaatioista, tietoa Lapin asukkaista (erityisesti saamelaisista) ja sääolosuhteista, tietoa Suomessa työskentelystä (esim. työluvut, jokamiehenoikeudet ja tuotantokannustin) ja tuotantoryhmän jäsenten palkkauksesta sekä saamelaisten ja saamelaiskulttuurin valokuvaamista koskevia ohjeita.

Vaikka eri oppaiden sisällöt ovat osittain päällekkäisiä, Lapin elokuvakomissio tarjoaa kattavan infopaketin erityisesti ulkomaisille kuvausryhmille. Viestinnän kärkenä on erityisesti Lapin luonto ja sen sää- ja valo-olosuhteet, tuotantojen ekologisuus sekä saamelaiskulttuurin kunnioittaminen.

## **ITÄ-SUOMEN ELOKUVAKOMISSIO: NIINA MYLLER JA PERTTU MUTKA**

[www.ffc.fi](http://www.ffc.fi)

Itä-Suomen elokuvakomissio toimi vuodesta 2004 lähtien Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun yhteydessä, kunnes se siirtyi noin vuosi sitten osaksi Business Joensuuta. Komissio toimii yhteistyötahona ja koordinaattorina kansallisille ja kansainvälisille elokuva- ja televisiotuotannoille. Tavoitteena on saada enemmän tuotantoja alueelle, ja parantaa siten alueen työllisyyttä ja imagoa. Vuodesta 2013 Pohjois-Karjalan maakuntaliiton Tulevaisuusrahastossa on ollut oma av-alan rahasto, josta tuetaan alueella toteutettavia tuotantoja. Rahastosta voi hakea tuotannon jälkeen yhtä neljäsosaa alueelle jäävistä kuluista. Rahastossa ei ole mitään korvamerkittyä vuosittaista kokonaissummaa, vaan päätökset tehdään tapauskohtaisesti. Elokvatuotannoille jaetaan vuosittain noin 45 000–70 000 euroa.

Vuoden 2019 alusta alueella alkoi Lokki-projekti, jonka tarkoituksena on saada enemmän venäläisiä tuotantoja Suomeen sekä lisätä yhteistyötä ja työntekijöiden vaihtoa rajan molemmin puolin. Tähän liittyen komissiossa tehdään parhaillaan henkilöiden ja lokaatioiden scouttausta. Lisäksi kehitetään luovien alojen foorumeja Venäjän ja muiden Pohjoismaiden kanssa – näissä komission painopisteenä ovat elokuvatuotannot.

Itä-Suomen elokuvakomissio tarjoaa maksutta seuraavia palveluja:

- alueellinen tuotantoneuvonta
- location scouting
- alueen elokuva- ja televisioalan työntekijöiden välitys
- palveluntarjoajien välitys (catering, majoitus, autonvuokraus jne.)
- oppilaitosyhteistyön kartoittaminen
- avustaja-, sivurooli- ja ammattinäyttelijäkirjasto
- studio- ja tuotantotilojen kartoitus.

Tuotantoyhtiöt ottavat suoraan yhteyttä komissioon ja komissio auttaa lokaatioiden, tuotantoyhtiöiden ja muiden tarvittavien palveluiden etsimisessä sekä tarjoaa aluerahoitusta. Yhteistyökumppanina toimii North Karelia Locations, joka on kolmen ammattilaisjärjestäjän verkosto. Muiden palvelujen osalta komissio ohjaa, koordinoi ja palvelee ympäri vuorokauden. Tuotantoyhtiöt kyselevät myös itse tarjouksia mm. alueen majoituspalveluista.



Itä-Suomen elokuvakomission verkkosivuilta löytyy suppea suomenkielinen tuotanto-opas, joka sisältää lähinnä linkkejä yhteistyökumppaneiden sivuille (Pohjois-Karjalan maakuntaliiton av-rahoitus, oppilaitoksia ja yrityksiä). Myös nettisivuilla tietoa on suhteellisen niukasti ja lähinnä suomeksi – eniten tietoa löytyy alueella aiemmin toteutuneista tuotannoista. Lisäksi sivuilla on englanniksi lyhyt EFFC:n palvelujen ja alueellisen rahoituksen esittely.

## **FILM TAMPERE: ILKKA RAHKONEN**

[www.filmtampere.com](http://www.filmtampere.com)

Vuosi sitten perustettu Film Tampere toimii osana Business Tamperetta. Film Tampere koordinoi ja suosittelee tuotannoille alan tarjontaa Tampereen alueella. Lisäksi Film Tampere tekee yhteistyötä Visit Tampereen kanssa muun muassa järjestämällä viranomaispalveluita, jotta päätösprosessit nopeutuvat etenkin isoissa tuotannoissa.

Film Tampere tarjoaa:

- kolme päivää maksutonta location scoutingia
- tietoa studioista, lokaatioista ja tuotantotiloista
- paikallisten tuotantoyhtiöiden yhteystietoja
- kalustonvuokrausta ja tuotantohenkilökuntaa
- tuotantokannustinta ja muita rahoitusmahdollisuuksia koskevaa konsultaatiota
- oppilaitosyhteistyötä
- paikallista alan ekosysteemin kehittämistä.

Kuvausryhmillä on usein erityistarpeita, ja niiden täyttämiseksi on perustettu Film Tampere Friends -ohjelma yrityksille, jotka haluavat toimia av-tuotantojen kanssa.

Film Tampereen englanninkielinen tuotanto-opas sisältää yleistä tietoa Tampereesta ja alueen omasta tuotantokannustimesta, esittelee lyhyesti kahdeksan studiota ja muita lokaatioita kuvien avulla, listaa yhteistyökumppaneina toimivia tuotantopalveluyrityksiä ja kertoo lyhyesti kuvausluvista, viisumeista ja työs-kentelyluvista. Englanninkielisillä verkkosivuilla esitellään Tamperetta kuvauspaikkana, alueen studioita ja alan koulutustarjontaa. Lisäksi sivuilta löytyy yksityiskohtaista tietoa muun muassa tuotantokannustimesta. Kannustinrahaa voidaan myöntää 10 prosenttia tuotannon Tampereen alueella syntyneiden kustannusten määrästä. Film Tampereen verkkosivuilta voi myös hakea studioita, lokaatioita, tuotantopalveluyrityksiä ja tuotantohenkilökuntaa.

## LÄNSI-SUOMEN ELOKUVAKOMISSIO: TEIJA RANINEN

[www.wffc.fi](http://www.wffc.fi)

Länsi-Suomen elokuvakomissio markkinoi Turun seutua kuvauspaikaksi kansainvälisille ja kotimaisille elokuva- ja TV-tuotannoille. Komission tavoitteena on maksimoida tuotantojen alueelle jättämää taloudellista hyötyä, lisätä alueen ammattilaisten työllisyyttä ja siten lisätä alueen vetovoimaa ja kilpailukykyä.

Vuodesta 2009 lähtien kaupungin budjetissa on allokoitu tuotantotukea alueella kuvattaville tuotannoille. Kannustimen myötä tuotannot saavat takaisin noin 25 prosenttia Turun alueella käytetystä rahasta.

Raninen koordinoi kaikki tuotantoon liittyvät tarpeet Länsi-Suomen elokuvakomission kautta eli komissio ottaa yhteyttä esimerkiksi sairaaloihin, poliisiin, seurakuntiin, pelastuslaitoksiin, virkamiehiin ynnä muihin, joiden kanssa komissiolla on yhteistyösopimus. Turun elokuvakomissio toimii siten laadun takeena ja ns. one-stop-shopina, jonka kautta tuotannot saavat kaikki palvelut.

Länsi-Suomen elokuvakomission verkkosivujen englanninkielinen tuotanto-opas sisältää perustiedot Länsi-Suomesta ja alueen ilmastosta sekä lyhyesti tietoa tuotantoryhmän jäsenten palkkauksesta elokuva- ja TV-tuotannoissa, työehdoista, kuvauslupien hankkimisesta, viisumeista ja työskentelyluvista sekä paikallisista studiotiloista ja esiintymislavoista.

## KOTI- JA ULKOMAINEN VERKOSTOITUMINEN JA YHTEISTYÖ

Raportin aiemmissa luvuissa on jo viitattu erilaisiin yhteistyön muotoihin sekä elokuvakomissioiden että tuotantopalveluyritysten välillä. Tässä luvussa koti- ja ulkomaista verkostoitumista ja erilaisia yhteistyön muotoja tarkastellaan tarkemmin haastatteluaineiston analyysin avulla.

Alueelliset elokuvakomissiot pitävät säännöllisesti yhteyttä toisiinsa ja tekevät yhteistyötä muun muassa markkinoidessaan Suomea ulkomaille (Raninen, Rahkonen). Myös tuotantopalveluihin liittyviä kyselyjä ohjataan usein alueelta toiselle. Esimerkiksi Turussa ei ole suuria kuvausstudioita, joten niitä koskevat kyselyt ohjataan Film Tampereelle (Raninen). Samoin Kainuusta ohjataan kyselyjä Ouluun, mutta komissioiden välille toivotaan vielä enemmän yhteistyötä (Karvonen). Elokuvakomissiot tekevät yhteistyötä myös kansainvälisten toimijoiden kanssa. Muiden komissioiden tapaan Film Tampere osallistuu kansainvälisille festivaaleille ja toimii suomalaisten tuotantoyhtiöiden kanssa kansainvälisissä yhteistuotantoprojekteissa. Film Tampere toteutti taannoin yhdessä Business Finlandin kanssa tutkimuksen, jossa kartoitettiin ruotsalaisten ja norjalaisten tuotantoyhtiöiden intressejä tehdä yhteistuotantoja Suomen kanssa. Lisäksi yhteistyötä tehdään äskettäin FRAPA:sta BBC Nordic Studiosin johtoon siirtyneen Jan Sallingin kanssa (Rahkonen).

Komissioiden toiminnassa korostuukin erityisesti pohjoismainen yhteistyö. Kuten useimmat muutkin alueellisista elokuvakomissioista, Länsi-Suomen elokuvakomissio on mukana Nordic Film Commissions -organisaatiossa, joka edustaa kaikkiaan 15:tä pohjoismaista komissiota (Raninen). Lapin elokuvakomissio puolestaan tekee yhteistyötä mm. Pohjois-Norjassa sijaitsevien toimijoiden kanssa (Niemelä). Pohjois-Suomen elokuvakomission Anne Laurila näkee, että Pohjoismaat voisivat hyvin toimia yhteisenä markkinana. Pohjoismainen yhteistyö on jo nyt kehittynyt hyvälle tasolle, mutta sitä voisi edelleen kehittää. Esimerkiksi Norjassa ei ole varsinaisesti metsää ja vuodenaajat ovat epävarmoja, jolloin puuttuvia lokaatioita voisi täydentää Suomesta. Toisaalta Norjasta löytyy toistaiseksi ainoana Pohjoismaana Russian arm -välineistöä ja sitä

operoivia ammattilaisia. Pohjois-Ruotsista ja -Norjasta löytyy myös hyviä studioita, joten niiden rakentaminen Pohjois-Suomeen ei ole järkevää. (Laurila.) Itä-Suomen elokuvakomission verkostot ovat tällä hetkellä pääosin kotimaisia, mutta tarkoituksena on kasvattaa myös kansainvälistä yhteistyötä (Myller & Mutka).

Myös yksittäiset tuotantopalveluyritykset ovat verkostoituneet sekä kotimaisten että kansainvälisten toimijoiden kanssa. Esimerkiksi Pohjois-Suomen pienet tuotantopalveluyritykset tekevät paljon yhteistyötä isompien tuotantoyhtiöiden kanssa tuotannon eri osa-alueilla (Laurila). Muun muassa Komeetta Filmin tuore elokuva tehtiin Virossa, vaikka yritys itse sijaitsee Helsingissä. Pääosa tuotantoryhmän jäsenistä oli virolaisia, ja yhteistyöstä saatiin hyviä kokemuksia. (Kuitunen.) Myös Woodpecker tekee yhteistyötä kansainvälisten tuotantopalveluyritysten kanssa. Usein yhteistyössä on kysymys kotimaisten asiakkaiden tuotannoista, jotka tehdään ulkomailla paikallisia tuotantopalvelutoimijoita apuna käyttäen (Valtanen.)

#### **Esimerkki 5:**

*Helsingin kaupunki on mukana North Star Film Alliance -hankkeessa, johon osallistuvat Suomen lisäksi Viro ja Latvia. Virossa kumppanina on yksityinen toimija, Latviassa Riian kaupunki. Vuonna 2018 käynnistyneen hankkeen tavoitteena on edistää projektimaiden välistä yhteistyötä ja kehittää hankkeeseen osallistuvien partnereiden kansainvälistä audiovisuaalisen alan profiilia, osaamista, palvelutarjontaa, verkostoja ja yhteistuotantokäytäntöjä. Tarkoituksena on toimia ns. joint film region -territoriona, jonka kanssa mm. isot kansainväliset tuotannot voivat tehdä yhteistyötä. Hanke kestää helmikuuhun 2021, ja siihen mennessä toiminnalle on tarkoitus tuottaa jatkuvuutta yhteishankkeiden avulla. Helsingin kaupungin toimet hankkeessa tähtäävät merkittävään näkyvyyteen kohdemarkkinoilla sekä jatkuvuuteen.*

*Kotimaiset tuotantopalvelukyselyt tulevat lähinnä Elinkeino-osaston Innovaatiot ja uudet kokeilut -alueen Taina Seitsaralle. Tällä hetkellä suurin osa kansainvälisistä tuotantopalvelukyselyistä ohjautuu Business Finlandille. (Naarajärvi.)*

*[www.hel.fi/helsinki/fi/kaupunki-ja-hallinto/yritykset/kilpailukyvyyn-kehittaminen/Kehittamistoiminta/north-star-film-alliance/](http://www.hel.fi/helsinki/fi/kaupunki-ja-hallinto/yritykset/kilpailukyvyyn-kehittaminen/Kehittamistoiminta/north-star-film-alliance/)*

## **TUOTANTOPALVELUTOIMINNAN ORGANISOIMINEN KANSALLISELLA TASOLLA**

Raportin aiemmissa osissa on tullut useammassa kohdassa esille se, että tuotantopalvelutoiminnassa on Suomessa merkittäviä alueellisia eroja ja alueellisten elokuvakomissioiden toimintatavat ovat keskenään erilaisia. Haastatteluissa alan kehittymisen keskeiseksi esteeksi nähtiin alueellisuuden ylikorostuminen kansallisen tason sijaan (Laurila, Louhelainen, Valtanen). Tämä on ainakin osittain seurausta siitä, että komissio-toiminta on alkanut Suomessa aluekehitysvetoisesti (Laurila).

Alueellisuuteen liittyy erilaisia ongelmia. Kuten edellä elokuvakomissioiden toimintatapoja vertailevassa luvussakin käy ilmi, joidenkin elokuvakomissioiden rooli on Suomessa hyvin paljon tuotantopalveluyrityksen kaltainen, vaikka toiminnan pitäisi ennen kaikkea olla brändityötä, kontaktien luomista sekä myyntiä ja markkinointia (Laurila). Toisaalta komissioilta puuttuu juuri tarvittavaa tuotanto-osaamista, joten kumppaniksi tarvittaisiin jo varhaisessa vaiheessa tuotantopalveluyritys.

Alueellisuus tuo mukanaan myös turhan monia välikäsiä esimerkiksi silloin, kun Suomeen saadaan isompi kansainvälinen tarjouspyyntö. Vaikka kunkin elokuvakomission edustusalue on todella laaja, joissakin tapauksissa tarvittaisiin kansallisen tason tuotantopalveluosaamista. Tällä hetkellä ei myöskään ole olemassa sellaisia tahoja, jotka tuntisivat laajasti kansainvälisiä tuotantoja ja pystyisivät auttamaan komissioita tarjousten tekemisessä (Laurila.) Vierimaan mukaan komissiot onnistuvat aika hyvin "first contacteissa", mutta nyt on kyse siitä, miten diilit saadaan viimeistelyä Suomeen.

Elokuvakomissioiden toimintaa kritisoitiin "sirpaleisuudesta", sillä komissiot kyselevät tällä hetkellä paljon irrallisia toimeksiantoja (ulkomaiset toimijat harrastavat ns. window shoppingia elokuvakomissioiden palvelujen suhteen) (Vierimaa). Komissioiden toivottiin myös valvovan tarkemmin sitä, keitä ne päästävät alueelleen tekemään tuotantoja: yksikin velvoitteensa hoitamatta jättänyt tuotanto heikentää koko alan toimijoiden mainetta ja vaikeuttaa muiden tekemistä (Valtanen). Lisäksi haastatteluissa ehdotettiin, että komissiot kokoaisivat tilastoa siitä, mitkä yritykset tulevat uudestaan tekemään tuotantojaan Suomeen tai käyttävät samojen tuotantopalveluyritysten palveluja Suomessa useammin kuin kerran.

Pahimmillaan alueellisuus korostuu siinä määrin, että komissiot kilpailevat keskenään. Kotimaisten tuotantojen osalta tätä on jo havaittavissa (Louhelainen). Haastatteluissa peräänkuulutettiin tuotantopalvelutoiminnan organisoimista kansallisella tasolla (Laurila, Louhelainen). Tällä hetkellä Suomesta ei löydy tahoa, joka pystyisi antamaan tuotantopalveluihin liittyvää neuvontaa koko maan laajuisesti ja jolla olisi osaamista tunnistaa tuotantokyselyn profiili, kun asiakkaana on suuri kansainvälinen toimija. Esimerkiksi Ranskassa on oma aluekomissio, joka vastaa pelkästään Hollywood-tuotantopalvelukyselyihin. Alueellisten komissioiden painoarvo ei välttämättä riitä myöskään silloin, kun kansainvälisen tuotannon toteuttaminen edellyttää yhteistyötä valtiollan kanssa. Hollannissa suljettiin ilmatila, kun *Dunkirk*-elokuvaa kuvattiin Schipholin lentokentän vieressä ja Lontoossa pysäytettiin vilkasliikenteisimpien teiden solmu kohta kahden tunnin kuvasten ajaksi. (Laurila.) Olisiko vastaavaa mahdollista järjestää Suomessa ja kenellä olisi siihen riittävä mandaatti?

Kansallinen toiminta on tällä hetkellä lähinnä Filming in Finland -sivuston ([filminginfinland.fi](http://filminginfinland.fi)) varassa. Sivuston ylläpidosta vastaa Länsi-Suomen elokuvakomissio, ja [info@filminfinland.fi](mailto:info@filminfinland.fi)-sähköpostista huolehtivat alueelliset elokuvakomissiot vuorotellen oman työnsä ohella. Sivustolle on koottu muun muassa tietoa tuotantokannustimesta ja Suomessa kuvatuista kansainvälisistä tuotannoista. Filming in Finland -otsikon alla esitellään valokuvien avulla lokaatioita (kaupunkeja, modernia ja historiallista rakennusmiljöötä, tunturia, metsää, teollista ympäristöä sekä järviä ja saaristoja), listataan alueelliset elokuvakomissiot ja kerrotaan yleistä tietoa Suomesta. Tuotanto-oppaaseen on koottu perustiedot Suomesta ja sen ilmastosta, tuotantohenkilöstön palkkatasosta ja työehdoista, kuvaus- ja työluvista sekä studioista. Filming in Finland -sivusto tarjoaa siis monelta osin samaa tietoa kuin alueellisten elokuvakomissioiden tuotanto-oppaat. Lisäksi sivustolla on listattu kaikki tuotantopalveluja tarjoavat suomalaiset yritykset.

Kansalliselle tasolle tarvitaan neutraali taho koordinoimaan tuotantopalvelukyselyjä koko Suomen osalta (Naarajärvi, Salonen). Tällä hetkellä tuotantopalveluyrityksiä koskevia kyselyjä tulee esimerkiksi Business Finlandiin, jonka tehtävänä on vastata vain rahoituspalvelusta, eikä resursseja tuotantopalvelukyselyihin ole (Salonen). Kansallisella tasolla tulisi tarjota palveluja ja tukea alueellisten komissioiden toimintaa niin, että ne täydentävät toisiaan (Louhelainen). Haastatteluissa mainittiin myös konkreettisia toimia, joilla valtakunnallinen toimija voisi edistää tuotantopalvelujen tarjontaa. Ensinnäkin, matkailu tulisi yhdistää tiiviimmin tuotantopalveluihin – elokuvamatkailun kehittäminen on Suomessa vielä varsin varhaisessa vaiheessa verrattuna monin muihin maihin, esimerkiksi Isoon-Britanniaan, Ruotsiin ja Uuteen-Seelantiin (Salonen). *Game of Thrones*- ja *Taru sormusten herrasta* -tuotantojen merkitys turismille ja matkailulle on ollut kuvausmaissa suuri (Louhelainen). Suomesta ei vastaavia esimerkkejä vielä löydy. Toiseksi, Suomesta puuttuu kansallinen kuva- tai lokaatiopankki, koska kansallista rahoitusta ei tällä hetkellä ole (Laurila). Lisäksi tulisi harkita kansallista foorumia, jonka avulla voisi kehittää tuotantopalveluihin liittyvää logistiik-

kaa kaluston osalta ja ketjuttaa tuotantojen tarpeita (Valtanen). Valtakunnallisessa komissiossa tosin vaarana on se, että toiminta muuttuu liian byrokraattiseksi ja jäykäksi. Esimerkiksi location scouting -kyselyihin on reagoitava nopeasti. (Louhelainen.)

## TUOTANTOPALVELUJEN MARKKINOINTI

Tuotantopalvelujen markkinointi potentiaalisille ulkomaisille asiakkaille tapahtuu pääasiassa aluevetoisesti. Alueelliset elokuvakomissiot osallistuvat kansainvälisiin tapahtumiin, kuten Berlinaleen, MIPCOM:iin ja MIPTV:hen, American Film Marketiin ja Cannesin elokuvafestivaaleille (Niemelä, Rahkonen). Av-alan tapahtumien lisäksi Suomea ja suomalaisia tuotantopalveluja markkinoidaan myös yleisemmissä kulttuuritapahtumissa. Esimerkiksi vuoden 2018 Winter Wonders -joulutorilla Brysselissä Kainuu edusti koko Suomea. Tapahtumaan liittyen Brysselissä esitettiin ja markkinoitiin Kainuussa kuvattuja TV-sarjoja ja elokuvia koko viikon kestäneen tapahtuman ajan. Markkinoinnin tuloksena on käyty neuvotteluja yhteistuotannoista. (Karvonen.)

Toisena tärkeänä markkinointikeinona esille nousivat henkilökohtaiset verkostot ja mahdollisten asiakkaiden kahdenkeskinen kontaktointi (Rahkonen, Karvonen, Niemelä). Tässä keskeisiä henkilöitä ovat esimerkiksi kuvauspaikkoja mm. amerikkalaisille studioelokuville etsivät Location Supervisorit (Vierimaa). Kolmantena markkinointikanavana haastatteluissa mainittiin verkko- ja sosiaalinen media. Esimerkiksi Lapin elokuvakomissio panostaa paljon digimarkkinointiin (Niemelä), ja Itä-Suomen elokuvakomissio ylläpitää vahvoja some-kanavia, erityisesti Facebookia (Myller ja Mutka).

Myös markkinoinnin osalta Suomen sisäistä yhteistyötä tulisi kehittää. Pohjois-Suomen elokuvakomission Anne Laurilan mukaan markkinointiviestintää ei Suomessa ole ehditty kehittää riittävästi, koska alan muutos on ollut nopea. Markkinoinnin tulisi olla yhden tahon koordinoimaa ja kattaa kokonaisvaltaisesti kaikki tuotantoihin liittyvät asiat (kuten av-kannustin, lokaatiot ja tuotantopalveluyritykset). Suurissa kansainvälisissä tapahtumissa markkinointia voisi laajentaa myös kaikki Pohjoismaat kattavaksi. (Niemelä.) Film Service Finlandin Timo Vierimaa esittää, että keskeiset kotimaiset tahot keskittyisivät tuotantopalveluihin erikoistuneiden yritysten markkinointiin. Enää ei riitä, että tarjotaan laajoja erittelemättömiä listoja suomalaisista tuotantoyhtiöistä ja toimijoista, vaan myyntivalteiksi tulee nostaa ammattiosaaminen ja yritysten luotettavuus (Vierimaa).



### POHDINTAA

*Tuotantopalvelujen alueellisuuden analyysi osoittaa, että eri alueilla on omat vahvuutensa mm. genrejen, osaamisen ja lokaatioiden suhteen. Nämä erot tulisi vielä nykyistä enemmän nähdä vahvuuksina myös kansallisella tasolla niin, että alueet täydentävät toisiaan eivätkä kilpaile keskenään. Myös alueellisten elokuvakomissioiden toimintatavoissa on merkittäviä eroja. Kansainvälisten tuotantojen asiointia suomalaisten tahojen kanssa voitaisiin helpottaa yhtenäistämällä erilaisia toimintatapoja sekä viestinnän ja markkinoinnin muotoja. Esimerkiksi alueellisissa tuotanto-oppaissa on jonkin verran kansallisen tason informaatiota, joka on saatavissa myös esimerkiksi *Filming in Finland* -sivustolta.*

*Haastatteluaineistosta nousi selkeästi esiin tarve kansallisen tason toimijalle, joka koordinoi kansainvälisiä tuotantopalvelukyselyjä eri toimijoille. Myös elokuvamatkailun ja tuotantopalvelujen kansainvälisen markkinoinnin kehittäminen edellyttävät nykyistä enem-*

*män yhteistoimintaa ja kansallista koordinointia. Vaikka tuotantopalvelutoimijoiden välillä on jo nykyisin paljon yhteistyötä, erityisesti tiettyihin palveluihin erikoistuneiden tuotantopalveluyritysten välille tulisi luoda toimiva verkosto, jossa toimijat eivät kilpaile keskenään vaan tukevat toisiaan. Tällaisen verkoston luominen edellyttää todennäköisesti jonkinlaista koordinointia, vaikka turhaa byrokratiaa pyrittäisiin välttämään.*

*Eri alueilla on myös erilaisia kansainvälisen yhteistyön ja verkostoitumisen muotoja, jotka suuntautuvat luontevasti maantieteellisen sijainnin mukaan lähimpiin naapurimaihin. Näiden yhteistyömuotojen hyödyntämistä kansallisella tasolla tulisi kuitenkin kehittää. Muiden Pohjoismaiden kanssa tehdään jo nyt jonkin verran yhteistyötä, mutta koko tuotantopalvelukenttää edustava kansallinen toimija voisi nostaa myös tämän yhteistyön uudelle tasolle. Tiivis yhteistyö sekä kansallisella tasolla että naapurimaiden kanssa on edellytys sille, että Suomeen saataisiin tulevaisuudessa maailmanluokan tuotantoja.*

# 5. KANSAINVÄLISTÄ VERTAILUA

Tämän selvityksen toimeksiannossa asetettiin yhdeksi tavoitteeksi selvittää suomalaisten tuotantopalvelujen tasoa suhteessa muiden maiden palvelutarjontaan. Tässä luvussa tarkastellaan, millaisia tuotantopalveluja koskevia kyselyjä ja tarjouspyyntöjä suomalaiset toimijat saavat ulkomailta ja miten av-alan tuotantokannustin on vaikuttanut kyselyihin. Lisäksi kartoitetaan suomalaisen tuotantopalvelutoiminnan heikkouksia ja vahvuuksia suhteessa lähimpiin kilpailijoihin eli Pohjoismaiden ja Baltian maiden palveluihin ja esitellään esimerkkejä Suomessa viime aikoina toteutetuista tuotantopalveluista. Lopuksi nostetaan esiin suomalaisille toimijoille benchmarkina toimiva islantilainen Truenorth sekä virolainen Münchhausen Productions, jonka kautta luodaan lyhyt katsaus virolaiseen tuotantopalvelutoimintaan.

## KANSAINVÄLISET TUOTANTOPALVELUKYSELYT

Kuten jo aiemmin todettiin, haastatteluaineiston analyysi osoittaa, että tuotantopalvelujen kysyntä on viime vuosina kasvanut. Elokuvakomissioista sekä Lapin että Pohjois-Suomen komissioihin tulee vuosittain tuotantopalvelukyselyjä noin sadalta tuotannolta (Niemi, Laurila). Lapin komissiolle suunnatuista kyselyistä noin puolet on ulkomailta (Niemi). Myös Grillifilmsin Hanna Tuovio ja Finland Film Servicen Timo Vierimaa kertoivat, että kyselyjä tulee tällä hetkellä paljon – huomattavasti enemmän kuin aikaisemmin.

Kyselyjen määrän kasvuun liittyy kuitenkin myös haasteita. Useampi haastateltavista puhui tuotantopalvelutarjoustensa ”shoppailusta” (Valtinen, Vierimaa): erityisesti ulkomaiset toimijat lähettävät paljon tarjouspyyntöjä, jotka eivät ole varsinaisesti tiettyyn maahan tai lokaatioon sidottuja vaan enemmänkin ”hakuamuntaa”. Tuotantopalveluyritykset laskevat siis paljon tarjouksia tietämättä, miten vakavissaan vastapuoli on liikkeellä. Komissioilla ei ole tällä hetkellä riittävästi resursseja tarkistaa kaikkien kyselijöiden taustoja ja uskottavuutta tai käydä läpi esimerkiksi tuotanto- ja rahoitussuunnitelmia. Elokuvakomissiot koko EU:n tasolla painivat saman ongelman kanssa, vaikka ne tekevätkin paljon yhteistyötä yhteisjärjestönsä kautta muun muassa huijausviestien perkaamiseksi. (Laurila.)

### **Esimerkki 6:**

*Shoppailun ohella kyselyihin liittyy myös vakavampi yhteiskunnallinen ongelma. Inland Film Companyn Klaus Heydemann kertoi haastattelussa tehneensä viime syksynä valmisteluja egyptiläisen komediasarjan tuotantopalveluja varten. Kävi kuitenkin ilmi, että kyse ei ollut todellisesta tuotannosta vaan yrityksestä hankkia niin kutsutulle tuotantohenkilöstölle Schengen-alueen viisumit. Heydemannin mukaan vastaavaa oli tapahtunut jo aiemmin erään intialaisen tuotannon kanssa. Tuotantoryhmän oli tarkoitus matkustaa Euroopan kautta muualle ja peitetarinana käytettiin tuotannon toteuttamista Suomessa. Ryhmä jäi kuitenkin kiinni, ja tällä hetkellä Rajavartiolaitos valvoo aktiivisesti vastaavia tapauksia.*

Suomalaiset yritykset saavat tuotantopalveluja koskevia kyselyjä tällä hetkellä ympäri maailmaa. Haastatteluissa mainittiin Eurooppa, erityisesti Italia, Saksa, Ranska ja Iso-Britannia, ja lisäksi Kiina, Japani, Korea, Intia ja Yhdysvallat (Niemelä, Tuovio, Laurila). Myös ruotsalaiset ovat tällä hetkellä erityisen kiinnostuneita kuvaamaan Suomessa. Vierimaan mukaan yksi syy tähän on tuotantohenkilöstön palkkataso, joka on tällä hetkellä Suomessa noin kymmenen prosenttia matalampi kuin Ruotsissa. Myös av-alan tuotantokannustin toimii usein kyselyjen kärkenä (Laurila, Kuitunen). Tällöin kyselyjä motivoi ensisijaisesti raha ja vasta toissijaisesti lokaatiot (Kuitunen).

Millaisia kyselyjä kansainvälisiltä tuotannoilta sitten tulee? Tärkeimpänä tekijänä haastatteluissa nousivat esiin lokaatiot, jotka ovat ominaisia juuri Suomelle (Niemelä, Karvonen). Tällaisia ovat esimerkiksi lunta ja jäätikköä tarjoavat kuvauspaikat (Laurila, Valtanen). Pohjois-Suomen elokuvakomission alueella tällaisia lokaatioita koskevat kyselyt ajoittuvat usein kertarysäyksenä elo-syyskuulle (Laurila). Markkinoinnissa tulisi korostaa, että talvella myös muut alueet kuin Lappi ovat mahdollisia, esimerkiksi Salpausselkä (Valtanen).

Kainuusta kysellään lokaatioiden lisäksi usein castingia, mutta KAO:n Marko Karvonen tarjoaa samalla myös kuvauspaikkaetsintää ja muita alueen yritysten (esim. aiemmassa luvussakin mainittu Black Lion Pictures) palveluja. Tuotantopalveluyrityksistä esimerkiksi Film Service Finlandille tulee kyselyjä, jotka koskevat kuvauspalveluja ja jonkin verran myös jälkituotantopalveluja.

Kyselyjen taustalla on edelleen epärealistisia käsityksiä Suomen olosuhteista, kuten luonnosta ja eläimistöä (Tuovio). Esimerkiksi Lapin elokuvakomissio saa ajoittain kyselyjä, joissa luullaan, että Suomesta löytyy viikinkejä ja jääkarhuja tai että Lappi on lähinnä erämaata. Alueen hyvä logistiikka ja infra ovat usein tuotantoryhmille yllätys. Vaikka komissio suosittelee kansainvälisille tuotannoille aina suomalaisia tekijöitä, ne tuovat silti edelleen mukanaan paljon omaa tuotantoryhmää ja kalustoa. (Niemelä.) Lapin elokuvakomission Anna Niemelän mukaan vielä ei ole tehty montaa sellaista tuotantoa, johon lappilainen tuotantoyhtiö olisi toteuttanut kokonaisvaltaisemmin tuotantopalveluja, vaan kyse on edelleen enemmän yksittäisistä tuotannon osista. Tuotantopalveluja kysellään siis joko siksi, että Suomi on yksi monesta vaihtoehdosta tai siksi, että halutaan perinteisten lumen ja jään lisäksi jotain muuta erityislaatuista, kuten nelikaistainen tie, joka voidaan sulkea pitkäksi aikaa kokonaan kuvauksia varten (Vierimaa).

Kyselyt ja tarjouspyynnöt vaihtelevat laidasta laitaan tuotantojen koon ja muiden ominaisuuksien suhteen. Woodpeckerille on viime aikoina tullut lähinnä TV-sarjoja ja tuotannon osien toteuttamista koskevia kyselyjä (Valtanen). Film Service Finland on saanut kyselyn esimerkiksi ruotsalaisesta 8-osaisesta fiktiotuotannosta, jossa kuvauspäiviä olisi noin 60 ja Suomeen allokoitu budjetti noin kolme miljoonaa. Suomesta ostettavat tuotantopalvelut sisältäisivät kaiken muun paitsi tuotannon ydinryhmän (tuottajan, ohjaajan, kuvaajan, näyttelijät ja osan HODeista). Yleisin malli ulkomaisen pääkuvausryhmän minimikokoonpanosta on ohjaaja, kuvaaja sekä lavastaja. Yhtiö on saanut tarjouspyynnön myös ruotsalaiselta tuotantoyhtiöltä, joka on pyytänyt kuvauspaikkojen etsintää Suomessa (oletuksena noin 30 kuvauspäivää eli puolet sarjasta, ja Suomeen allokoitu budjetti noin 1,5 miljoonaa euroa). Yhtiö saa tarjouspyyntöjä koko tuotannon kuvamisesta Suomessa, jolloin 40-130 kuvauspäivää sijoittuu Suomeen ja Suomeen allokoitu budjetti on 2-10 miljoonan euron välillä. Lisäksi tulee kyselyjä osien, jopa irrallisten kohtausten, toteuttamisesta Suomessa. Kuvauspäivien arvioitu lukumäärä liikkuu tällöin 10-30 välillä. Pyyntöjä on tehty mm. ruotsalaisista, yhdysvaltalaisista ja brittiläisistä tuotantoyhtiöistä. (Vierimaa.)

Pohjois-Suomen elokuvakomissio puolestaan saa kyselyjä esimerkiksi isommista haasteellisten lokaatioiden kokonaisuuksista, joista kilpailee monta maata yhtä aikaa. Tällaisissa tapauksissa kyselyissä voi olla tavoitteena paketoida monta kohtausta samalle alueelle. Kyselyt koskevat useimmiten sekä mainospotteja että elokuvia (pitkiä elokuvahankkeita on vielä enemmän kuin draamasarjoja). Lisäksi jonkin verran kyselyjä tekevät eurooppalaiset tuotantoyhtiöt, jotka hakevat alle 10 miljoonan euron yhteistuotantohank-



keisiin kumppania. Osa kyselyistä saattaa olla aktiivisena parikin vuotta ennen kuin päätös toteutuksesta tehdään. Tällä hetkellä Pohjois-Suomessa on käynnissä useita isojen studioiden kyselyjä. (Laurila.)

Kyselyt kanavoituvat suomalaisille toimijoille (sekä yrityksille että elokuvakomissioille) pääasiassa kahta reittiä pitkin. Av-alan tapahtumat eli marketit mainittiin kolmessa haastattelussa (Niemelä, Karvonen, Raninen). Toisena tärkeänä väylänä toimivat henkilökohtaiset verkostot ja kontaktit (Karvonen, Raninen, Viirimaa). Lisäksi kyselyjä tulee yhteistuotantojen ja filminginfinland.fi-sivuston kautta (Karvonen, Raninen). Digitaaliset markkinointikanavat ovat myös tärkeä tekijä, sillä niiden ansiosta suomalaiset tuotantopalvelujen tarjoajat ovat helposti löydettävissä (Niemelä). Vaikka monella alueellisella komissiolla onkin jo hyvät verkkosivut ja some-kanavat, kansallisella tasolla markkinointia tulisi yhtenäistää ja tehostaa.

Klaus Heydemannin mukaan hyvä palvelu tarkoittaa parhaimmillaan seuraavia asioita: Asiakkaan ja tuotannon välillä ei ole pitkää ”välimatkaa”, vaan osapuolet ymmärtävät toistensa haasteita. Kyselyt tulevat usein vasta vähän ennen tuotannon aloittamista eli nopea reagointi on avainasemassa. Tuotantopalvelu toimija osaa esittää kysymyksiä ja kommunikoida ymmärtääkseen täysin, millaisia palveluja halutaan. Suomalaisista lokaatioista tulee kyetä tarjoamaan riittävän hyvää referenssikuvastoa, sillä tietyt lokaatiot toimivat usein yhteydenottojen pohjana. Ensimmäinen tarjous täytyy saada nopeasti asiakkaalle. Jos asiakas on edelleen kiinnostunut, ryhdytään selvittämään majoitusta. (Heydemann.)

## AV-ALAN TUOTANTOKANNUSTIMEN VAIKUTUS KYSELYIHIN

Haastatteluaineistossa nousi useaan otteeseen esille vuonna 2017 lanseerattu av-alan tuotantokannustin. Business Finlandin koordinoima kannustin palauttaa av-alan yrityksille 25 prosenttia Suomessa syntyneistä tuotantokuluista ([www.businessfinland.fi/en/do-business-with-finland/home](http://www.businessfinland.fi/en/do-business-with-finland/home)). Kuten edellisessä luvussa todettiin, Lapin elokuvakomission alueella tuotantopalvelujen kysyntä on selvästi kasvanut kannustimen käyttöönoton myötä. Myös Pohjois-Suomen ja Länsi-Suomen alueilla kannustimen vaikutukset tuotantopalvelukyselyihin ovat jo näkyvissä (Laurila, Raninen). Pohjois-Suomen elokuvakomission Anne Laurilan mukaan kannustin on ollut kyselyiden isoimpana kärkeä, ja vasta sen jälkeen on pohdittu muita kriteerejä. Myös Woodpeckerin Jukka Valtanen arvelee, että kannustin tulee jossain vaiheessa hyödyttämään kaikkia alalla toimivia, vaikka se ei vielä olekaan vaikuttanut heidän toimintaansa. Tällä hetkellä tuotantokannustin ei koske mainoselokuvat tuotantoja. Tuotantokannustin toimii siis hyvänä houkuttimena kansainvälisille tuotannoille, mutta kilpailu muiden maiden kanssa on armoitonta (Laurila).

Tuotantokannustimen väliarvioinnin mukaan kannustin on vaikuttanut selvästi av-tuotantojen lisääntymiseen Suomessa, kokonaisresurssien lisääntymiseen, infrastruktuuriin kohdistuvien panostusten lisääntymiseen, kansallisten toimijoiden osaamisen ja kyvykkyyden lisääntymiseen sekä uusien yhteistyömuotojen ja verkostojen syntyymiseen. Epäsuorasti tai välillisesti kannustin on vaikuttanut myös muun muassa av-alan työllisyyden paranemiseen sekä tuotannoissa että tuotantoa tukevilla palveluilla, tuotannon laadun paranemiseen sekä audiovisuaalisen toimintaympäristön ja kulttuurin vahvistumiseen. Kannustimen ansiosta on saatu esimerkiksi lisää kuvauspäiviä ja jälkituotantopäiviä. Kannustinrahaa saaneita tuotantoja on tehty ympäri Suomea, joten kannustimella on myös alueellista merkitystä. Työllistävä vaikutus koskee myös muita alueellisia palveluja, kuten majoitus-, catering- ja logistiikka-aloja. ([www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/01-funding/07-av-cash-rebate/av-tuotantokannustimen\\_valiarviointi\\_impact\\_brief\\_business\\_finland.pdf](http://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/01-funding/07-av-cash-rebate/av-tuotantokannustimen_valiarviointi_impact_brief_business_finland.pdf))

Länsi-Suomen elokuvakomission Teija Ranisen mukaan Suomessa ei kuitenkaan voida keskittyä pelkäämään suomalaisen tuotannon rahoittamiseen, vaan ulkomaista rahaa olisi kansainvälisten tuotantojen kautta saatava Suomeen. Ranisen mielestä myös av-kannustimen edellyttämän ulkomaisen rahoituksen osuu-

den tulisi olla suurempi. Film Service Finlandin Timo Vierimaa puolestaan näkee, että alaa veisi eteenpäin nimenomaan tuotantokannustimen katon poistaminen. Myös kannustimen kriteerejä tulisi muuttaa siten, että rahoitusta saisi myös mainoselokuvatuotantoihin. Tällä hetkellä esimerkiksi Sloveniassa kannustinrahaa on saatavissa myös spotteihin. (Valtanen.) Helsinki Filmin Aleksi Bardyn mukaan kannustin on todella tärkeä ja hyvä asia, mutta se ei ole riittävän selkeä ja läpinäkyvä. Tällä hetkellä kannustin saattaa olla jopa kehityksen esteenä. Tuotantokoordinaattorin roolitus on Bardyn mielestä keinotekoinen, koska koordinaattorin käyttöoikeudet kannustimen asiointipalvelussa eivät ole samanlaiset kuin täysin oman projektin kohdalla. Tuotantokoordinaattoriyrittäjä ei siis kykene palvelemaan kansainvälistä yritystä riittävän joustavasti. Myös liitteiden lähettäminen palveluun on haastavaa kansainvälisille yrityksille. Bardy on saanut palautetta ulkomaisten yritysten juristeilta siitä, ettei kannustimen ehtoja ja niiden toimivuutta ymmärretä. Ohjeistuksen monimutkaisuus yhdessä kokemattomuuden kanssa aiheuttaa kompurointia. Ulkomaisen rahoituksen minimivaatimuksen (20 prosenttia tuotannon kokonaisrahoituksesta) suhteen Bardy toivoi selvennystä siihen, mitä tällä osuudella tavoitellaan. 20 prosentin vaatimus on hänen kokemuksensa mukaan kova myös yllättävän monelle saksalaiselle, ranskalaiselle, ruotsalaiselle tai tanskalaiselle elokuva-tuotantoyhtiölle. Hän näkee, että tämä vaatimus voi siis kääntyä jopa itseään vastaan.

Myöskään tuotantokannustimen markkinointia ei pidetty onnistuneena (Kuitunen, Rahkonen). Lisäksi toivottiin yleistä keskustelua kannustimesta ja isompien tuotantojen houkuttelemisesta Suomeen (Heydemann). Kaiken kaikkiaan kannustinta tulisi hyödyntää enemmän ja paremmin (Karvonen). Myös kannustimen väliarviointissa keskeisiksi haasteiksi nostetaan vuosibudjetin pienuus ja kansainvälisen markkinoinnin heikkous. Lisäksi esiin nousi tässäkin selvityksessä todettu osaavien tekijöiden puute. ([www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/01-funding/07-av-cash-rebate/av-tuotantokannustimen\\_valiarviointi\\_impact\\_brief\\_business\\_finland.pdf](http://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/01-funding/07-av-cash-rebate/av-tuotantokannustimen_valiarviointi_impact_brief_business_finland.pdf)) Merja Salonen toteaa, että tuotantokannustimen tavoitteena on kotimaisen av-alan kasvu ja kansainvälistyminen. Keinot tavoitteen saavuttamiseksi ovat ulkomaisten tuotantojen houkuttelu toteutettavaksi Suomessa ja kotimaisten kansainvälistymiskykyisten tuotantoyhtiöiden tuotantojen tukeminen. Kotimaisen av-alan kasvuun ja kansainvälistymiseen tarvitaan sekä yksityistä että julkista innovaatio- ja kansainvälistymisrahoitusta. Pelkästään tuotantokannustimen avulla kasvu- ja kansainvälistymistavoite ei täyty, mikäli yhtiö ei ole valmis kansainvälisen liiketoiminnan suunnitteluun ja toteutukseen. (Salonen).

## SUOMI TUOTANTOPALVELUMAANA: HEIKKOUEDET JA VAHVUUDET VERRATTUNA POHJOISMAIHIN JA BALTIAAN

Pohjoismaat ja Baltian maat mainittiin jo tämän selvityksen toimeksiannossa suomalaisen tuotantopalvelutoiminnan vertailumainana. Nämä nousivat myös haastatteluissa esille maina, joihin Suomea verrataan. Suomalaiset toimijat kilpailevat lähinnä ruotsalaisten, norjalaisten, tanskalaisten, islantilaisten sekä virolaisten, latvialaisten ja liettualaisten toimijoiden kanssa. Esimerkiksi Flatlight Creative Housen Maria Gullsten ja Woodpeckerin Jukka Valtanen totesivat molemmat, että jos he häviävät tuotantopalveluja koskevan tarjouskilpailun, tuotanto menee usein Ruotsiin, Norjaan tai Islantiin. Tuotantopalvelujen tarjoajana Suomi on hiukan naapureitaan jäljessä (Karvonen).

Edeltävissä luvuissa on jo käsitelty suomalaisten tuotantopalvelujen tilannetta esimerkiksi palveluvalikoiman, osaamisen ja muiden resurssien kannalta. Tässä nostetaan vielä lyhyesti esiin sellaisia tekijöitä, joita voidaan pitää Suomen haasteina ja vahvuuksina nimenomaan kansainvälisessä vertailussa.

## HAASTEITA:

- *Jo aiemmin mainitut tuotantohenkilöstön vaje ja majoituskapasiteetin riittämättömyys (Niemelä, Tuovio)*
- *Suomalaisen toiminnan järjestäytymättömyys, minkä takia esim. tuotantohenkilöiden työaikojen sääätely poikkeaa tuotannoittain paljonkin (Laurila)*
- *Lyhyt päivänvalon aika tiettynä vuodenaikana (Tuovio, Valtanen)*
- *Ei vielä riittävästi resursseja ison kansainvälisen tuotannon toteuttamiseen kotimaisin voimin (Vierimaa)*
- *Suomessa tekniset palvelut (kamera-, valo- ja grip-kalustot) ovat kalliita, vaikkakaan eivät niin kalliita kuin muissa Pohjoismaissa; Lapissa hintataso on yleisesti ottaen korkea (Mihailišin, Malka)*
- *Tuotantopalveluinfran kehittymättömyys*

## VAHVUUKSIA:

- *Tuotantopalvelujen taso/laatu yleensä hyvä, asiat hoidetaan luotettavasti ja ammattitaidolla ja työmoraali on korkea (Heydemann, Raninen, Kjartansson)*
- *Osaaminen erityisesti kuvauspaikka- ja erikoistehostehenkilöstön osalta hyvää (tärkeintä tuotantopalvelutoiminnan suhteen on juuri paikallinen lokaatio-osaaminen, sillä tekninen osaaminen on helpommin siirrettävissä muista maista) (Mihailišin)*
- *Palvelualltius on kohentunut viime aikoina (Raninen, Tuovio) ja on paremmalla tasolla kuin esimerkiksi Itä-Euroopan maissa (Raninen, Vierimaa)*
- *Kuvauspaikkana Suomen etuina ovat takuuvarma jää ja lumi sekä jäätyneet järvet; lisäksi on osaamista työskennellä näissä olosuhteissa (mm. Bardy, Tuovio, Kjartansson)*
- *Kuvaustilanteiden turvallisuuteen kiinnitetään enemmän huomiota kuin monessa maassa (Tuovio)*
- *Palkkataso on edelleen kilpailukykyinen moneen muuhun maahan verrattuna*

Haastatteluissa tuli esille myös hyvinkin konkreettisia kehitysehdotuksia. Esimerkiksi Truenorthin Thor Kjartansson sanoi, että Suomen osalta tärkeintä olisi kehittää ensisijaisesti infrastruktuuria, jotta valmius toteuttaa kansainvälisten tuotantojen tuotantopalveluja olisi parempi. Vaikka lokaatiot olisivatkin sinänsä hyviä, niin lisäksi täytyy varmistaa niihin pääsy, tarvittavien lupien saanti sekä majoitusmahdollisuudet lähellä valittuja lokaatioita. Myös Vierimaa korosti toimivan tuotantopalveluinfran merkitystä. Tehokkuus ja edullisuus ovat itsestäänselvyyksiä, ja niiden sijaan tulisikin panostaa parhaan mahdollisen palvelun ja lokaatioiden tarjoamiseen. Hyvä palvelu alkaa siitä, että tuotantopalvelukyselyt kohdistuvat oikeille yrityksille ja henkilöille. Kyselyihin on reagoitava nopeasti, vastattava yksityiskohtaisesti ja tarjottava mahdollisimman kattavaa pakettia (Vierimaa.) Lisäksi yhteistyöhön tulisi panostaa aiempaa enemmän, jotta Suomi säilyisi kilpailukykyisenä suhteessa muihin maihin. Tuotantopalvelutoiminta vaatii hyvää ongelmanratkai-

sukykyä, ammattimaista toimintaa ja yhteistyötä. Kansainvälistymisen avulla myös ymmärrys eri kulttuurien toimintatavoista paranee. (Mihailišin.)

Business Finland kokoaa ulkomaisten tuotantoyhtiöiden palautteet sekä rahoituspalvelusta että Suomessa tehdystä työstä. Kovin moni tuotanto ei vielä ole päässyt raportointivaiheeseen, joten aineisto on toistaiseksi suppea. Merja Salosen mukaan yleisesti voidaan kuitenkin sanoa, että kaikki ulkomaiset tuotannot ovat olleet erittäin tyytyväisiä Business Finlandin kanssa asiointiin ja, tuotantopalvelut ovat saaneet myös kiitosta. Positiivista palautetta on tullut esimerkiksi palvelujen laadusta ja kustannustehokkuudesta, tuottajien ja tuotantoryhmien ammattitaidosta ja kokemuksesta, kilpailukykyisestä hintatasosta ja tuotantokannustimesta, jonka ansiosta kansainväliset tuotantoyhtiöt ovat jo käynnistäneet uusia projekteja suomalaisten kanssa. Haasteeksi ovat osoittautuneet ennen kaikkea kulttuurierot. Kommentteissa onkin Merja Salosen mukaan toivottu verkkosivustoa, jossa olisi tietoa mm. käyttäytymisestä ja hintatasosta, ammatillisesta järjestäytymisestä, toimenkuvista ja tuotantopalveluyritysten osaamisesta. Lisäksi tulisi olla listattuna tuotantopalveluyritysten yhteystiedot. (Salonen.) Myös Bardy ehdotti verkkopalvelua, josta löytyisivät mm.

- elokuva- ja TV-alan työehtosopimus englanniksi
- esimerkkibudjetti tuotannosta, jonka tuotantopalvelut kattavat esimerkiksi noin viikon kuvausjakson Lapissa hiukan isommalla suomalaisella ryhmällä toteutettuna
- auringonvalon määrä ja sen vaihtelut vuodenajoin
- lumityyppien kuvaus, lumen varmuus eri aikoina
- ohjeistus lumisissa olosuhteissa kuvaamiseen, jotka tulisi ottaa huomioon suunnitteluvaiheessa.

## KANSAINVÄLISET TUOTANTOPALVELUTOIMEKSIANNOT

Erilaiset kansainvälisen yhteistyön muodot ovat viime vuosina lisääntyneet vauhdilla. Selvitystä varten toteutetussa kyselyssä kartoitettiin myös vastaajien kansainvälistymistä. Noin 60 prosenttia tähän kysymykseen vastanneista toimijoista oli tehnyt yhteistyötä ulkomaisen tuotantopalveluyrityksen kanssa (kysymys 13). Esimerkiksi Lapin Flatlight Creative House tekee tällä hetkellä noin 80-prosenttisesti ulkomaisia tuotantopalvelutoimeksiantoja ja 20-prosenttisesti kotimaisia (Gullsten).

Kansainvälistyminen näkyy tuotantopalvelujen eri osa-alueilla. Komeetta Filmin Daniel Kuitusen mukaan Suomessa tehdään paljon irrallisia kohtauksia elokuvaan. Usein haetaan esimerkiksi venäläisiin epookkielokuvaan tarinan määrittämiä lokaatioita. Myös kotimaiset erikoistehosteita tekevät yritykset toimivat yhä enemmän globaaleilla markkinoilla. Vastikään uutisoitiin tamperelaisen Troll Visual Effectsin suorasta sopimuksesta Yhdysvaltain Netflixin kanssa ([https://yle.fi/uutiset/3-10809880?fbclid=IwAR2zWAJG-tyNoNhtfl2mPApCNWrXBm5fgq5olx9Oi4xRrwn0hO2hTlxwKo4&utm\\_source=facebook-share&utm\\_medium=social](https://yle.fi/uutiset/3-10809880?fbclid=IwAR2zWAJG-tyNoNhtfl2mPApCNWrXBm5fgq5olx9Oi4xRrwn0hO2hTlxwKo4&utm_source=facebook-share&utm_medium=social)).

### Esimerkki 7:

*Vuonna 2010 Helsinki Filmi toteutti tuotantopalvelut amerikkalaiseen Hanna-elokuvaan (ensi-ilta 2011). Linjatuottajan kertoman mukaan elokuva oli tarkoitus kuvata Saksassa eräässä luonnonpuistossa, jonka paikat ja nimet oli jo kirjoitettu mukaan käsikirjoitukseen. Kuvaaminen edellytti lunta ja sitä puistosta löytyi, mutta*

viikkoa ennen kuvausten alkua tuotannolle ilmoitettiin, ettei lupia luonnonpuistossa kuvaamiseen myönnetä. Linjatuottaja oli samaan aikaan Berliinin elokuvajuhlilla ja päätti, että elokuva tehdään joka tapauksessa – uusi paikka piti vain löytää. Hän sattui kulkemaan suomalaisten osaston ohi ja näki lumisia kuvia Suomesta. Uusi kuvauspaikka oli löytynyt, ja Helsinki Filmi valikoitui Suomesta tuotantopalvelujen tekijäksi.

Elokuvan tuotantopalvelujen liikevaihto Helsinki Filmin kautta oli noin miljoona euroa yhden viikon kuvausjaksosta. Elokuvan päätähdet lennätettiin tilauslennolla Suomen Rukalle. Kuvausryhmä oli pääosin saksalainen, mutta Second Unit -ryhmä sekä assistentteja, kuljetus- ja catering-henkilöitä tuli mukaan sekä Lapista että pääkaupunkiseudulta.

Kuvauspaikalle pyrittiin hankkimaan amerikkaisten standardien mukaiset pukeutumis- ja taukotiloina toimivat trailerit ja rakennettiin lämmitysteltat. Vaikka taso ei täysin riittänyt, niin tärkeintä lopulta oli kuitenkin se, että kaikilla amerikkalaisilla näyttelijöillä oli tasapuolisesti samanlaiset oheistilat ja -palvelut kuvauspaikalla. Helsinki Filmin Aleksi Bardyn mukaan Rukalta löytyi hyvin kuvausryhmän vaatimuksia vastaavaa majoitusta.

Lumisissa oloissa kuvaaminen tuotti kiinnostavia kokemuksia, kun elokuvan ulkomainen kuvaaja oli ensin pyytänyt puhdistamaan kokonaan järven jään lumesta, koska ei ollut koskaan nähnyt lunta jäätyneen järven päällä. Kuvaaja tuli kuitenkin toisiin ajatuksiin ja pyysi palauttamaan lumen takaisin jäälle. Olosuhteiden vieraudesta kertoo myös tilanne, jossa elokuvan päähenkilön oli määrä kävellä hiukan pinnasta sulaneen joen varrella. Amerikkalainen, näyttelijöiden turvallisuudesta vastannut henkilö vaati kohtauksen kuvaamisen ajaksi pelastussukeltajat paikalle. Sukeltajat olivat valmiustilassa lopulta kokonaisen viikon, koska kohtauksen kuvausaikaa ei tiedetty ennalta. Asiakkaat onnistuttiin pitämään tyytyväisinä, ja tuotantopalvelujen tarjoaminen tällaisessa erikoistilanteessa olikin Bardyn mukaan näyte siitä, mihin Suomessa pystytään. (Bardy.)



Kuva 3: Hanna, 2011. © Focus Features



### **Esimerkki 8:**

*Warner Bros. International Television Production Finland toteutti vuonna 2018 tuotantopalveluja japanilaiseen Snow Flower -elokuvaan, joka sai ensi-iltansa tämän vuoden helmikuussa ([www.lapland.fi/film/production-snow-flower](http://www.lapland.fi/film/production-snow-flower)). Snow Flower oli ensimmäinen kansainvälinen elokuva, joka hyödynsi Suomessa av-alan tuotantokannustinta (myönnetty summa noin 200 000 euroa ja Suomessa tuotantopalveluihin käytetty summa hiukan alle miljoona euroa). Nimenomaan Suomen Lappiin sijoituvaksi kirjoitettu elokuva oli japanilaisen tuotantoyhtiö A-Filmsin ensimmäinen elokuvatuotanto. Budjetiltaan Snow Flower oli suuri mainstream-teatterielokuva.*

*Warner Bros. Finland oli hankkeessa mukana tuotantopalvelujen tarjoajana sekä av-kannustimen tuotantokoordinaattorina Suomessa tehtyjen kohtausten osalta. Projekti alkoi toukokuussa 2017 ja tiivistä yhteistyötä japanilaisten kanssa tehtiin noin vuoden ajan. Tuoksi ajaksi Warner Bros. Finland palkkasi listoilleen kokoaikaisen tuotantopäällikön.*

*Kuvauspäiviä oli Lapissa yhteensä noin kymmenen, loput 22 kuvauspäivästä tehtiin Helsingissä. Kuvaukset alkoivat helmikuussa 2018. Kohtauksissa näytteli kaksi kuuluisaa japanilaista esiintyjää. Suomalainen tuotantoryhmä oli kooltaan noin 40 henkilöä ja sisälsi mm. HOD:eja, tuottajan, tuotantopäällikön, tuotantoassistentteja, runnereita, autonkuljettajia, liikenteenpysäyttäjiä, catering-henkilöitä, järjestelyosaston, valo- ja grip-henkilöstöä, drone-operoijia sekä tulkkeja. Japanista oli niin ikään noin 40 henkilön tuotantoryhmä mukana Suomessa.*

*Suomesta vuokrattiin myös kamera- ja valokalustoa. Warner Bros. Finland hoiti Lapin kuvausten ajaksi majoitus-, catering- ja logistiikkapalvelut tuotannolle Levin alueen palvelusopimusten mukaan. Mukana olleita av-alan teknisiä yrityksiä olivat mm. Lapin Flatlight Creative House, Helsingin Kinos Rental sekä Valofirma ja Kamerafirma. Lisäksi Warner Bros. Finland huolehti Suomen av-kannustinkoordinoinnista eli laati hakemukset, niiden liitteet ja raportit sekä hoiti muut siihen liittyvät hallinnolliset tehtävät.*

*Tuotantokulttuurien erot olivat Warner Bros. Finlandin Seija-Liisa Eskolan mukaan valtavat ja hanke vaati paljon vastaava tuottaja -tason puuttumista tuotannon ihmisten väliseen kommunikointiin ja asioiden selvittämiseen. Japanilaisen tuotantoryhmän koko oli suuri, ja ahkeruuden kulttuurinen arvostaminen määritteli työntekoa. Myös tähtikulttuuri on Japanissa hyvin voimakasta, ja elokuvan esiintyjien ympärillä pyöri oma suuri sirkuksensa. Suomalaisten tuotantojen järjestelmällisyys ja vaadittava työturvallisuus olivat japanilaisille yllätys. Heidän oli vaikeaa hyväksyä myös tuotantojen säädelty työaika. Japanissa korvaavia henkilöitä löytyy aina eli jos joku ei jaksakaan tehdä pitkiä päiviä, tilalle otetaan toinen. Japanilainen hierarkia tuotannoissa on todella tarkka. Tuotannon johtajat eivät esimerkiksi puhuneet englantia, jolloin myöskään heitä alemmat eivät voineet puhua kieltä, vaikka olisivat osanneetkin. Japanilaisessa tuotantohenkilökunnassa oli myös paljon sovinnistisia piirteitä ja lahjontaa harrastetaan yleisesti tavoitteiden saavuttamiseksi.*

*Warner Bros. Finland sai tuotantopalvelutoimeksiannon Lontoon Warnerin toimistolta. Eskolan mukaan pienempi tuotantoyhtiö ei olisi kyennyt suoriutumaan kunnialla tästä tehtävästä jo pelkästään sen raskaan hallinnollisen työn takia (mm. talousraportointi ja iso rahaliikenne). Eskola näkee tämänkaltaisen tuotannon arvon enemmän esim. matkailun buustaajana ja hyödyntäjänä kuin varsinaisesti av-alan edistäjänä. Warner Bros. Finland aikoo jatkossa toimia tuotantopalvelujen osalta case-by-case-periaatteella ja arvioida kunkin mahdollisen isoimman toimeksiannon erikseen. Tavoitteena ei varsinaisesti ole profiloitua tuotantopalvelutoimijaksi. (Eskola.)*

Millaisia tuotantoja Suomeen sitten toivotaan? Haastateltujen näkemykset tämän suhteen vaihtelivat suuresti. Business Tampereen Ilkka Rahkosen mukaan Suomessa toteutettavat tuotantojen osat ovat usein liian pieniä - kansallisella tasolla kansainvälisiä tuotantoja kannattaisi ensisijaisesti houkutella Suomeen yhteistuotantojen avulla. Suomen kasvu kansainväliseksi toimijaksi on Rahkosen mukaan mahdollista saavuttaa lähinnä kansainvälisten yhteistuotantojen lisääntymisellä kansallisen toiminnan ohella. Myös suomalaisten IP-oikeuksien kehittäminen ja säilyttäminen on tärkeää, jotta suomalainen toiminta ja sisällöt kukoistavat. (Rahkonen.) Vierimaan mukaan ilon aiheena ei pitäisi olla ulkomaisen elokuvan yksittäisen kohtauksen toteuttaminen Suomessa silloin, kun työryhmä on pääosin ulkomainen. Laurila sanoi haastattelussa, että ainoa kulttuuripoliittinen tavoite ei voi olla se, että tänne saadaan seuraava James Bond -elokuva. Yhtä tärkeää on myös se, että meillä on tuotannossa kymmenen kotimaista TV-sarjaa, joita esitellä ulkomailla ja ne myös menestyvät muualla kuin omien rajojemme sisällä. Seuraavana askeleena tulisi olla kannustimen merkityksen ja rahan kasvattaminen sekä ammattitaidon kasvu. Turun elokuvakomission Teija Ranisen mielestä myös irrallisten isompien elokuvien kokonaisuuksien toteuttaminen on tärkeää mielikuvien ja markkinoinnin kannalta.

Truenorthin Kjartanssonin mielestä Suomessa oltaisiin jo valmiita isompaan elokuvatuotantoon. Isomman tuotannon palvelemisen suurin hyöty on se, että se avaa ovia ja kasvattaa Suomen mainetta tuotantopalvelumaana ja kehittää sitä kautta tuotantopalveluja liiketoimintana. Kjartansson mainitsi kuitenkin myös, ettei ole kannattavaa tähdätä pelkästään isojen tuotantojen toteuttamiseen. Myös Klaus Heydemannin mukaan Suomesta löytyy jo osaamista, asennetta ja pätevyyttä ymmärtää isompien tuotantojen kokoluokkaan liittyviä haasteita, mutta tämän kaltaisissa tuotannoissa kannattaa aina yhdistää voimat muiden toimijoiden kanssa.

Business Finlandin Salonen pitää riskinä kotimaisen osaamisen ja resurssien riittävyyttä jättiläismäisiin kansainvälisiin tuotantoihin. Varovaisuutta ulkomaisten potentiaalisten asiakkaiden kohdalla on havaittavissa. Kokemuksia suurten ulkomaisten tuotantojen toteutuksesta Suomessa ei ole juurikaan tarjota. Business Finland tekee kannustimen pilottikauden 2017-2019 aikana asiakkailta kerättävän kokemuksen perusteella parannuksia ulkomaisten tuotantoyhtiöiden palveluprosessiin, jossa keskeisenä tekijänä on nimenomaan suomalainen tuotantokoordinaattoriyritys eli usein tuotantopalveluyritys. (Salonen.)

## BENCHMARKIT POHJOISMAISSA JA BALTIASSA

Selvitystyön alkaessa Pohjoismaat ja Baltian maat asetettiin suomalaisen tuotantopalvelutoiminnan vertailukohdiksi. Myös haastatteluissa nämä alueet nousivat luonnollisesti esille. Pohjoismaista erityisesti Islantia ja islantilaista Truenorth-yritystä pidetään tuotantopalvelutoiminnassa Suomen benchmarkina. Seuraavassa tarkastellaan lähemmin Truenorthia sekä virolaista Münchhausen Productionsia.

### TRUENORTH: THOR KJARTANSSON

[www.truenorth.is](http://www.truenorth.is)

Vuonna 2003 perustetulla Truenorthilla on tällä hetkellä toimistot Islannin lisäksi Norjassa ja Espanjassa Kanarian saarilla. Lisäksi he toteuttavat tuotantopalveluja Grönlannissa. 2000-luvun alussa yritys toteutti pienehkön osan Bond-elokuvasta *Die Another Day* ja vuonna 2005 Truenorth oli mukana tekemässä Clint Eastwood -elokuva. Näiden jälkeen toiminta oli hiljaista vuoteen 2011 asti, josta lähtien yritys on kasvanut. Truenorthin Thor Kjartansson luonnehtii yrityksen toiminnan alkuvaiheita sanomalla, että tuotantopalveluinfran saaminen riittävälle tasolle vaati paljon työtä, samoin kokeneiden tekijöiden poolin keräämi-

nen. Tällä hetkellä yrityksellä on laajat verkostot ja hyvät kontaktit isoihin studioihin. Yhtiön referenssilista tuotantopalvelujen osalta on vaikuttava: tuotannoista löytyvät mm. *Mission: Impossible – Fallout*, *Blade Runner 2049*, *Star Wars* -elokuvia, *Batman Begins*, *Jason Bourne* ja *22 July*. Truenorthin mittapuulla suuri tuotantopalvelutoimeksianto onkin nykyisin vähintään kaksi kuukautta kestävä ja 350-400 työryhmän jäsentä työllistävä projekti. Yhtiö on parhaillaan mukana uusimman Bond-elokuvan tuotannossa Norjassa.

Islannin aloittaessa kansainvälistä tuotantopalvelutoimintaa suurimmat haasteet liittyivät majoitukseen, logistiikkaan ja taloushallintoon. Maassa opittiin kokemuksen kautta, että esim. 350 hengen tuotantoryhmän majoitus ja liikkuminen on suunniteltava huolellisesti. Lisäksi suuren kokoluokan tuotannot ja tuotantokannustin tuovat mukanaan omat, taloushallintoa koskevat vaatimuksensa. Taloushallinnolla on oltava riittävästi resursseja, esimerkiksi henkilöstöä ja ohjelmistoja, käytössään, jotta tuotantopalvelut on mahdollista toteuttaa onnistuneesti alusta loppuun asti. Truenorth onkin koonnut eri projekteista osaavaa talouspuolen henkilöstöä, vihkinyt heidät av-alaan ja pitänyt suhteita heihin yllä.

Islannissa elokuvakomissio toimii alan ”kasvoina” ulkomaille, lähettiläänä elokuvatuotannoissa sekä PR- ja markkinointikanavana. Komissioon tulevat tarjouspyynnöt koordinoidaan suoraan tuotanto- ja tuotantopalveluyhtiöille. Asenteet av-alaa kohtaan ovat muuttuneet Kjartanssonin mukaan positiiviseen suuntaan Islannissa. Elokvateollisuus on tehnyt paljon hyvää myös turismille. Av-alan ja turismin kytköksiin on alettu kiinnittää enemmän huomiota tuotantopalvelutoiminnan lisääntyneeseen. Esimerkiksi Truenorthilla on erillinen yhtiö, Discover Truenorth, joka tarjoaa luksusmatkoja. Idea yrityksen perustamisesta syntyi, kun yhtiön tuotantojen näyttelijät ja taiteellisesti vastuussa olevat henkilöt alkoivat kysellä erilaisia aktiviteetteja, joita voisivat harrastaa kuvauspäiviensä lomassa.

Isojen ja monipuolisten tuotantojen ansiosta av-ala on alkanut viime aikoina kiinnostaa nuoria aiempaa enemmän. Islannissa alan osaaminen on yleensä sekoitus koulutusta ja kokemusta. Kjartanssonin mukaan kokemuksella on kuitenkin enemmän painoarvoa kuin koulutuksella. Kun paikalliset tuotantopalveluhenkilöt ovat saaneet kerrytettyä kokemusta, heitä on alettu kysellä yhä uudelleen kansainvälisiin tuotantoihin. Tällä hetkellä Ison-Britannian ja Islannin tuotanto-osaaminen on Kjartanssonin mukaan samalla tasolla, mikä on merkittävä muutos aiempaan. Osaamisen tasosta kertoo esimerkiksi se, että kansainvälinen tuotanto, joka on aloittanut kuvaukset Islannissa ja siirtynyt sitten muualle jatkamaan, on halunnut islantilaisen tuotantohenkilöstön edelleen mukaan keskeisiin tehtäviin.

Kjartansson tuntee jonkin verran myös suomalaista tuotantopalvelutoimintaa. Truenorth ei ole vielä perustanut toimistoa Suomeen, mutta yritys edistää asiaa parhaillaan. Suomen tuotantopalvelutoiminnan kehittämisessä tärkeintä on toimivan infran rakentaminen sekä tuotantokannustimen tarjoaminen. Luonnollisesti myös lokaatioiden tulee houkutella kansainvälisiä toimijoita. Paikalliset tuotantoyhtiöt ja työryhmät ovat seuraava edellytys: osaavaa henkilöstöä tulee löytyä riittävästi.

## **MÜNCHHAUSEN PRODUCTIONS: NIKOLAI MIHAILŠIN**

[www.munchhausen.ee](http://www.munchhausen.ee)

Münchhausen Productions on eestiläinen tuotantopalveluyhtiö, jolla on toimistot myös Latviassa ja Espanjassa. Yritys tekee tuotantopalveluja lähinnä mainoksiin, esimerkiksi automerkeille, mutta nykyään yhä enemmän myös TV-sarjoihin. Suurimpia tuotantoja on ollut puolen miljoonan euron mainos, ja yhtiön asiakaslistalta löytyvät esimerkiksi Audi, Unilever, Google ja BBC. Suomalaisista tuotannoista Münchhausen Productions on ollut mukana mm. TV-sarja *Karpin* eri tuotantokausien Virossa kuvatuissa osioissa. Lisäksi yhtiö on toteuttanut tuotantopalveluja esimerkiksi suomalaisten Lucy Loves Storiesin (omistaa osuuden Münchhausen Productionsista), Otto Tuotannon, Grillifilmsin ja Woodpeckerin tuottamiin mainoksiin.



Suomalaiset tuotantoyhtiöt ovat tällä hetkellä hyvin kiinnostuneita tekemään TV-sarjoja Virossa, ja maassa kuvataan nyt jatkuvasti muitakin ulkomaisia tuotantoja. Myös suuret kansainväliset toimijat ovat löytäneet Viron tuotantomaana. Mihailišin mainitsikin, että Viron av-teollisuuden kasvun huomaa nyt päivittäisessä työssä. Erityisesti lavastusosaston henkilöstön osaaminen on kehittynyt. Viroon tuotantoja houkuttelee pääasiassa Suomea alhaisempi hintataso. Mihailišin mukaan asiakas maksaa usein sen, mitä pyydetään. Katteet ovat tuotantopalvelualalla pienet, mutta jatkuvuus turvaa liiketoiminnan kannattavuuden. Tuotantopalveluissa myös riski on pieni eikä palvelujen ylläpitäminen vaadi suuria panostuksia.

Viron kehittymisestä tuotantopalvelumaana kertoo muun muassa se, että siellä kuvataan Christopher Nolanin uusin elokuva, jossa tullaan näkemään myös paljon suomalaista henkilökuntaa.



## POHDINTAA

*Kansainvälisten tuotantopalvelukyselyjen ja tarjouspyyntöjen määrä on kasvanut viime vuosina, mutta Suomi on tuotantopalvelumaana vielä melko tuntematon. Erilaisten harhaluulojen oikaisemiseksi ja monipuolisemman Suomi-kuvan rakentamiseksi tarvitaan tehokasta markkinointia sekä kotimaisen av-alan ja koko Suomen brändäämistä. Nykyiset vahvuudet toimivat tässä hyvänä lähtökohtana, mutta Suomi-kuvan monipuolistamiseksi on vielä tehtävä paljon töitä. Esimerkiksi talven kuvaaminen on Suomessa mahdollista myös muualla kuin Lapissa parhaaseen sesonkiaikaan.*

*Markkinoinnin kohdentamiseksi olisi käytävä keskustelua myös siitä, millaisia tuotantoja Suomeen ensisijaisesti halutaan: mihin resurssit riittävät ja mistä olisi pitkällä tähtäimellä eniten hyötyä? Se, että haastateltavilla ei ollut tästä yhteistä näkemystä, kuvaa luultavasti koko alan mielipiteitä. Vaikka islantilainen Truenorth mainitaan monessa yhteydessä eräänlaisena benchmarkina, Suomen polku kansainvälisesti tunnetuksi tuotantopalvelumaaksi tuskin noudattelee kovin tarkkaan Islannin esimerkkiä. Jo lähtötilanne maissa on erilainen: Islannissa kehittyivät ensin nimenomaan tuotantopalveluyritykset, joilta kansainväliset toimijat alkoivat myöhemmin kysellä myös sisältöjä (Laurila). Suomessa kotimainen sisällöntuotanto on runsasta ja monipuolista, mutta tuotantopalvelut vasta kehitymässä kansainväliselle tasolle. Jotta tuotantopalvelutoiminta kehittyisi, olisi erityisesti kiinnitettävä huomiota infrastruktuurin kehittämiseen, mutta luonnollisesti tuotantopalvelujen tasalaatuisuuden varmistaminen kokonaisuudessaan on tärkeää.*

# 6. YHTEENVETOA JA KEHITYSEHDOTUKSIA

Tuotantopalveluala kokonaisuudessaan on Suomessa vielä lapsenkengissä. Tätä selvitystä varten kerätyssä aineistossa tämä näkyi esimerkiksi käsitteellisenä epätarkkuutena: tuotantopalvelujen ja varsinaisen sisällöntuotannon välinen raja on epäselvä. Monet tuotantopalveluja tarjoavat yritykset tekevätkin laajasti erilaisia sisällöntuotantoon ja tuotantopalveluihin liittyviä töitä, eikä varsinaisia tuotantopalveluyrityksiä ole toistaiseksi kovin montaa. Vaikka ala kansainvälistyy nyt nopealla tahdilla ja lähivuosina Suomeenkin on odotettavissa ulkomaisia toimijoita, ovat alan yritykset edelleen lähes kokonaan kotimaisessa omistuksessa.

Tuotantopalvelujen kysyntä on kasvanut selkeästi muutaman viime vuoden aikana, sillä muun muassa av-alan tuotantokannustin on lisännyt Suomen houkuttelevuutta. Haastatteluissa toivottiinkin kannustimen rahoituskaton poistamista. Kasvanut kysyntä on osaltaan pakottanut alaa kehittymään nostamalla esiin suomalaisen toiminnan heikkouksia. Sekä alan ammattilaisten määrä että osaaminen ovat tällä hetkellä riittämättömiä. Erityisesti tässä selvityksessä nousivat esiin muutamat ammattinimikkeet: ammattitaitoisia Head of Department -henkilöitä sekä tuottajia, linjatuottajia ja tuotantopäälliköitä on yksinkertaisesti liian vähän. Tuotantopalvelutoiminnan kehittämisen kannalta oleellisimpia tehtäviä ovat kuitenkin Location Scoutit ja Location Managerit.

Suomesta puuttuu kaiken kaikkiaan suuriin kansainvälisiin tuotantoihin liittyvää kokemusta ja osaamista – vaikka ammattitaito riittäisi pienempiin tuotantoihin, suurempi skaala tuo mukanaan omat haasteensa. Työtehtäviin liittyy myös se koko av-alaa laajemminkin koskeva havainto, että Suomessa toimenkuvat ovat suhteellisen eriytymättömiä kansainvälisiin tuotantoihin verrattuna. Vaikka suomalaisten tekijöiden toimenkuvien monipuolisuus on monessa mielessä etu, edellyttää kansainvälisesti tunnustetuksi tuotantopalvelumaaksi nouseminen myös ammatillista erikoistumista ja työnkuvien yhdenmukaistamista muiden maiden käytäntöjen kanssa.

Osaamiseen liittyen haastatteluissa nousi niin ikään esille tarve kehittää alan koulutusta. Erityisesti tarvetta olisi täydennyskoulutukselle sekä kansainvälistä työkokemusta tarjoaville vaihto-ohjelmille tai vastaaville. Varsinaisen tuotanto- ja tuotantopalveluosaamisen ohella myös muiden palvelujen osaamista tulisi kehittää. Esimerkiksi suurten kansainvälisten tuotantojen osalta taloushallintoon liittyviin palveluihin olisi kiinnitettävä huomiota.

Tuotantopalvelukyselyjä tulee tällä hetkellä Suomeen ympäri maailmaa. Lokaatiot ja kannustin toimivat usein kyselyjen lähtökohtana. Suomen vahvuksina nähdään erityisesti luonto, lumi ja jää sekä niiden hyödyntämiseen liittyvä osaaminen. Lisäksi suomalaisten työmoraalia pidetään hyvänä. Muiden palvelujen osalta on pohdittava erityisesti, millaisilla palveluilla on eniten kysyntää ja mihin näin ollen kannattaa panostaa. Esimerkiksi majoituspalvelujen lisääminen edellyttää toimivaa yhteistyötä muiden alueellisten

toimijoiden kanssa. Tampereen ja Lapin alueilla on jo kehitetty erilaisia Friends-verkostoja varsinaisten tuotantopalvelujen tueksi, mutta verkostoitumista tulisi kehittää myös muualla. Palvelun tason nostaminen suuria kansainvälisiä tuotantoja tyydyttäväksi on ensiarvoisen tärkeää.

Alueellisuus nousi haastatteluissa esille tekijänä, jonka kautta kotimaiselle tuotantopalvelukentälle rakentuu sekä heikkouksia että vahvuuksia. Pahimmillaan alueellisuus näyttäytyy kuitenkin sirpaleisuutena ja keskinäisenä kilpailuna. Kullakin alueellisella elokuvakomissiolla on omat vahvuutensa, joita olisi mahdollista hyödyntää tehokkaammin myös kansallisella tasolla. Vahva alueellisuus on kuitenkin myös haitta kansainvälisiä toimijoita ajatellen. Suomen kehittyminen kansainväliseksi tuotantopalvelumaaksi edellyttää tiiviimpää yhteistyötä ja koordinaatiota alueiden välillä sekä esimerkiksi toimintatapojen yhtenäistämistä. Muun muassa markkinoinnissa tarvittaisiin vahvempaa kansallista otetta kotimaisten tuotantopalvelujen brändäämiseksi. Tällä hetkellä Suomen imagoa tuotantopalvelumaana rakennetaan ennen kaikkea henkilökohtaisten verkostojen kautta. Alueellisilla elokuvakomissioilla on lisäksi omat kansainväliset verkostonsa, joita voisi hyödyntää kansallisella tasolla enemmän. Lisäksi tuotantopalvelujen kehittäminen edellyttäisi kansallisen tason toiminnan kehittämistä. Suomeen tarvitaan kansainvälisiä kyselyjä koordinoiva taho, jolta löytyisi osaamista etsiä ammattitaitoisia tahoja toteuttamaan tuotantopalveluja sekä ymmärtää eri maiden tuotantokulttuureista, koko Suomen lokaatiomahdollisuuksista ja esimerkiksi meiltä löytyvästä tuotantoteknisestä välineistöstä.

Keskeisimmiksi jatkopohdinnan aiheiksi tässä selvityksessä nousevat ensinnäkin se, miten hyvä tuotantopalvelutoiminta varmistetaan ja toiseksi, millaisena tuotantopalvelumaana Suomen halutaan profiloituvan kansainvälisillä markkinoilla. Seuraavaa James Bond -elokuva saattaa jonakin päivänä kuvata Suomessa, mikäli voidaan varmistaa riittävä osaaminen ja henkilöstön määrä, julkisen rahoituksen ylläpitäminen ja kehittäminen, toimiva tuotantopalvelujen infrastruktuuri ja koordinointi, alan tiivis sisäinen yhteistyö, asenneilmaston kehittyminen av-alaa tukevaksi sekä elokuvamatkailuun liittyvän potentiaalin ymmärtäminen ja hyödyntäminen.



Kuva 4. *The Ark: An Iron Sky Story*, 2019. Kuva: Annamari Merta / WFFC

## **Liite 1.**

### **Kyselyyn vastanneet yritykset (aakkosjärjestyksessä)**

#### ***Nimi, toimipisteet, päätoimiala, nettisivut***

*Akun Tehdas Oy/Aku's Factory Ltd, esitystekniset palvelut ja tuotannot, AV-välineet, AV-palvelut, Ylöjärvi, [www.akuntehdas.fi](http://www.akuntehdas.fi)*

*CultFiction Oy media productions, Tampere, [www.cultfiction.fi](http://www.cultfiction.fi)*

*DreamMill Oy, Helsinki, elokuvien ja videoiden tuotanto, [www.dreammill.fi](http://www.dreammill.fi)*

*Filmloop Oy, Tampere, elokuva-, televisio- ja mainostuotannot, <https://filmloop.fi>*

*Helsingin Elokuvaäänitys Oy, Helsinki, äänitys (erityisesti äänen jälkityö), [helea.fi](http://helea.fi)*

*Illume, Helsinki, elokuvatuotanto, [www.illume.fi](http://www.illume.fi)*

*Kota Collective, Rovaniemi, mainostoimistopalvelut, [www.kotacollective.com](http://www.kotacollective.com)*

*Lapland Film Services, Rovaniemi, tuotantopalvelut, [www.laplandfilmservices.com](http://www.laplandfilmservices.com)*

*Legenda Film & TV, Ylöjärvi, elokuvien, TV-ohjelmien ja mainoselokuvien tuotantopalvelut, [www.legenda.tv](http://www.legenda.tv)*

*Lucy Loves Stories, Helsinki, markkinointiviestinnän suunnittelu ja toteutus, [www.lucyloves.fi](http://www.lucyloves.fi)*

*Media Producer FJH, Tampere, videotuotanto, [www.mediaproducerfjh.fi](http://www.mediaproducerfjh.fi)*

*MediaStage ky, Nokia, videotuotanto, [www.mediastage.fi](http://www.mediastage.fi)*

*Moskito Television Oy, Helsinki, AV-tuotannot, [www.moskito.fi](http://www.moskito.fi)*

*Obscure Entertainment, Tampere, elokuva- ja televisiotuotanto, <http://obscure.fi>*

*Photokrafix Oy, Rovaniemi, dokumentti-, mainos-, TV- ja valokuvaus, [www.photokrafix.com](http://www.photokrafix.com)*

*Pirkanmaan elokuvakeskus ry, Tampere, elokuvien esittäminen ja levitys, [www.elokuvakeskus.fi](http://www.elokuvakeskus.fi)*

*PopUp Media Oy, Tampere, mainostoimisto, [www.popupmedia.fi](http://www.popupmedia.fi)*

*Rakka Creative Oy, Kangasala, 360VR- ja videotuotannot, [www.rakkacreative.fi](http://www.rakkacreative.fi)*

*Stooritaivas, Helsinki, viestintä, [stooritaivas.fi](http://stooritaivas.fi)*

*Tampereen seudun ammattiopisto, Mediapolis, media-ala, Tampere, koulutus*

*Tuotantotehdas Sulkanen Oy, Tampere, TV- ja radio-ohjelmien tuottaminen ja tuotanto, [www.tuotantotehdas.fi](http://www.tuotantotehdas.fi)*

*Twisted Films, Turku, tuotantoyhtiö, [www.twistedfilms.fi](http://www.twistedfilms.fi)*

*Wacky Tie Films, Tampere, elokuvatuotannot ja jälkityöpalvelut, [www.wackytie.fi](http://www.wackytie.fi)*

*Warner Bros. International Television Production Finland, Helsinki, TV-tuottaminen, [www.wbitvp.com/finland](http://www.wbitvp.com/finland)*

*Woodpecker Film, Helsinki, mainoselokuvat, [www.woodpeckerfilm.fi](http://www.woodpeckerfilm.fi)*

*(lisäksi yksi anonymi freelancer)*